

Madrid, 2 de enero de 2026

Cuatro culmina un año al alza hasta superar en diciembre a su rival y Mediaset España lidera el *target* comercial en 2025

Con una subida de tres décimas respecto a 2024, Cuatro (5,8%) cierra, además, 2025 con su mejor registro desde 2017.

Los canales temáticos del grupo se imponen a los de su competidor por 13º año consecutivo, con Energy y FDF a la cabeza de los más vistos. Boing bate en 2025 su récord histórico entre los niños (14%) con una subida de más de 4 puntos respecto al pasado año y suma 5 años consecutivos como líder de audiencia entre el público infantil.

PRINCIPALES TITULARES DE CUATRO EN DICIEMBRE DE 2025

- Cuatro (5,9%) se impone a su directo competidor (5,8%) en total día en diciembre.
- En **prime time** (5,9%) amplía su ventaja respecto a su competidor (5,2%), al que bate en todos los meses de 2025. En el **target comercial** de esta franja (6,3%) la distancia crece hasta 1 punto (5,3%).
- También se impone a su rival en **sobremesa** (6% vs. 5,5%), **tarde** (5,9% vs. 5,8%) y **late night** (6,3% vs. 5,7%).
- En **jóvenes** (5,3%) la **ventaja** respecto a su rival (4,4%) **crece hasta casi 1 punto**.
- ‘**Horizonte**’ (11,3% y 683.000) firma su **mejor dato mensual de la temporada en share y en espectadores** y se mantiene como el formato con mejor cuota de pantalla de la cadena. Arrasa en su franja por 4,5 puntos a su directo competidor.
- ‘**Código 10**’ (7% y 427.000) bate su **récord mensual de espectadores de la temporada e iguala el mejor share del ‘curso’**. Se impone en su franja a su directo competidor (5,5%).

- ‘Cuarto milenio’ (7%) bate ampliamente en su franja a su directo competidor (5%) y crece hasta un destacado 8,5% en TC.
- ‘Todo es mentira’ (6,6% y 544.000) **bate récord mensual de la temporada** y supera en su franja por 18º mes consecutivo y por la mayor ventaja del ‘curso’ (1,2 puntos) a la oferta de su directo competidor (5,4%), que firma mínimo de temporada.
- ‘En boca de todos’ (6,7%) firma en diciembre el **segundo mes con mejor share de su historia**.
- ‘Lo sabe no lo sabe’ (5,5% y 451.000) bate su **récord histórico mensual tanto en share como en espectadores**.

PRINCIPALES TITULARES DE 2025

MEDIASET ESPAÑA

Con un 26,8% de *share* en *target* comercial, Mediaset España es el grupo audiovisual más visto en este parámetro en 2025, un hito que consigue desde hace 14 años, año tras año desde su formación en 2011. Aventaja a su competidor en 2,8 puntos (24%) y con su nueva victoria de diciembre anota 45 meses de liderazgo consecutivos.

- Mediaset España (24,4%) es el **grupo más visto entre los espectadores de 4-54 años**: suma **14 años de liderazgo ininterrumpido** sobre su competidor en los **jóvenes de 13 a 24 años** (25,7% vs. 22,6%); destaca el triunfo entre el público de **4 a 12 años (29,8% vs. 19%)** y de **25 a 44 años (27,5% vs. 24,5%)**.
- Se impone por octavo año consecutivo en el **TC de prime time** (25,3%) con una ventaja de casi tres puntos sobre su competidor (22,4%), la más amplia alcanzada a lo largo de los ocho años de liderazgo.
- Por bandas horarias, **Mediaset España** es el grupo más visto en las franjas de la **mañana (26%)** y el **late night (30,1%)**. Entre el TC, es líder en todas las franjas, excepto la sobremesa, con un destacado **27,5% en daytime** y un **31,8% en late night**.

TELECINCO

Telecinco anota un **9,7% en TC en 2025, tres décimas más que su dato de total individuos (9,4%)**. Entre el *target* comercial, lidera la tarde (8,8%), el *late night* (11,8%) y es la cadena comercial más vista en la mañana (10,9%).

Por franjas en total individuos, **Telecinco es la cadena más vista en late night (12,5%)**.

CUATRO

Cuatro crece tres décimas respecto a su dato de 2024 hasta anotar un 5,8% de share, su mejor registro de los últimos siete años.

- Sube cuatro décimas en **target comercial** (6,6%), de igual forma su mejor dato desde 2018. Se eleva hasta el 5,2% entre **el público joven de 13 a 24 años** y marca su mejor resultado desde 2021 tras crecer seis décimas. Amplía a 9 décimas la ventaja frente a su rival, que con un 4,3% reduce 1 décima su dato respecto al pasado año. También se impone a su inmediato competidor entre los niños de 4 a 12 años (4,2% vs. 3,5%).
- En **prime time**, Cuatro (5,9%) continúa un año más como la **tercera cadena comercial más vista**, por delante de su competidora directa, por cuarto año consecutivo en esta franja. Entre el **target comercial del prime time**, Cuatro (6,5%) supera desde 2022 a su rival (5,5%), este año con 1 punto de ventaja.
- De igual forma, también se impone a su inmediata competencia en **late night**, donde mejora 2 décimas este año hasta el 6,3%, **su mejor marca desde 2020**, igualando con 2021, con una ventaja de 1,3 puntos (5%). Y lo hace también en **late night del target comercial**, (7,4% vs. 5,3%), en este caso por 2,1 puntos de ventaja.

TEMÁTICOS

Los canales temáticos de Mediaset España cierran 2025 con un 9,1% de *share*, imponiéndose por 13º año consecutivo y 2,1 puntos al conjunto de canales temáticos de su competidor (7%), al que supera ya por un total de 140 meses consecutivos. También se sitúa por delante de su rival en **target comercial** (10,5% vs. 7,1%).

- **Energy (2,5%)** mejora una décima su resultado respecto a 2024 y se alza como la **cadena temática más vista del año** en total individuos, elevando su marca al 2,8% en TC, segunda en el ranking en este parámetro tras FDF. La emisión más vista del año en este canal ha sido un capítulo de 'The Rookie' (3,3% y 410.000).
- **FDF (2,4%)** se ha situado en segunda posición y es **líder entre las cadenas temáticas del TC (3,4%)**. En jóvenes 13-24 (5,9%) se mantiene por 12º año consecutivo como la temática más vista del año y la cuarta cadena en este **target**. Corona el ranking de emisiones del canal la película 'Ocho apellidos marroquí' (4,2% y 403.000).
- **Divinity** es la **temática femenina más vista en 2025 en TC (1,5%)**. En Total individuos anota este año un 1,4%, la misma cuota que entre las **mujeres de**

16-44 años. La emisión con más audiencia de Divinity en este año ha sido un episodio de 'Chicago Fire' (2,3% y 292.000).

- **Boing** (1%) alcanza en 2025 su **récord histórico entre los niños** (13,9%) con una subida de **más de 4 puntos respecto al pasado año. Cumple 5 años consecutivos como líder de audiencia entre el público infantil**, con una ventaja de 6,3 puntos frente a su rival en este *target*. La película de animación 'Tadeo Jones 3. La tabla esmeralda' es lo más visto de Boing en 2025 (3,5% y 392.000).
- **BeMad** repite en 2025 **sus mejores datos históricos obtenidos el pasado año**, tanto en total individuos (1,8%) como en TC (1,8%). En su *core target*, hombres de 16-44 años marca un 1,8% La emisión más vista del año en BeMad ha sido el largometraje 'Stargate' (414.000 y 3,8%).

PROGRAMAS MÁS DESTACADOS DEL AÑO - *PRIME TIME*

- Con '**Supervivientes**' en sus diversas emisiones semanales, 'Supervivientes: All Stars', 'GH Dúo' y 'La Isla de las Tentaciones', Telecinco sitúa siete de sus espacios de producción propia en el ranking de los diez programas con mayor share de todas las cadenas en prime-time.
 - '**Supervivientes**' ocupa el **primer puesto de este ranking** (21,7% y 1.474.000) -con el mismo *share* que 'Tu cara me suena'- liderando en su franja y en todas las edades. Tanto 'Supervivientes. Conexión Honduras' (17,2% y 1.401.000) como 'Supervivientes. Tierra de nadie' (20,2% y 1.343.000) también se imponen en sus respectivas franjas de emisión y en todos los grupos de edad.
 - '**Supervivientes: All Stars**' (17,5% y 1.029.000) es el quinto programa con mejor *share* del *prime time* nacional con victoria en franja y en prácticamente todos los *targets* y mercados geográficos. La edición de '**Supervivientes All Stars: Tierra de nadie**' (16,6% y 970.000) también obtuvo el respaldo de los espectadores en su banda de emisión.
 - '**La Isla de las Tentaciones**' (18% y 1.434.000) sigue creciendo y lidera su franja con el mejor *share* de los últimos cuatro años. Es el programa de producción propia con mejor *target* comercial entre todas las cadenas (26%).
 - '**GH Dúo**' (14,2% y 886.000) obtiene el liderazgo de la franja de emisión en la noche de los jueves, duplicando a su rival en dicha banda (7%). También lo hace en el TC (13,7% vs. 5%).

- ‘¡De Viernes!’ (11,6% y 874.000) consolida en 2025 sus buenos resultados y se reafirma como el espacio referente de entrevistas del mundo del corazón y de actualidad en la televisión. Se une el nuevo formato ‘El precio de...’ (10,4%, 608.000 y 10,5% en TC), **Líder en el TC de las televisiones comerciales**.
- ‘Bailando con las estrellas’ (12,3%, 919.000 y 10,5% en TC) **crece 1,5 puntos respecto a su última edición** con un nuevo dominio de su franja, del TC, mujeres y todos los targets de edad.
- ‘Horizonte’ (9,1% y 603.000) y ‘Código 10’ (6,4% y 404.000) concluyen 2025 **con un nuevo récord histórico en cuota de pantalla**, superando a su rival en franja y en todos los targets (TC., ambos sexos y todas las edades).
- ‘Cuarto Milenio’ (6,8% y 690.000 y un TC de 8,5%) iguala la cuota de 2024, que era la mejor de los 4 últimos años, con nueva victoria sobre su competencia directa (5,4%).
- “Universo Calleja” (11,9%, 958.000 y TC 11%), líder de las tv comerciales, de su franja y de la mayoría de los targets. “Volando voy, volando vengo” (8,9%, 589.000).
- ‘First Dates’ (7% y 876.000 de lunes a jueves y 7,1% y 691.000 los viernes) continúa por delante de su rival (6,1% y 5,4%) al que le aventaja en todos los targets.
- Con el habitual programa de sorpresas y reencuentros ‘Hay una cosa que te quiero decir’ (11% y 957.000) es la opción favorita de su franja.
- ‘Los Gipsy King’ (5,8%, 484.000 y TC 6,7%) regresa tras más de 4 años imponiéndose a su rival en su franja y en la mayoría de los targets (con 9,8% en 25-44 años).
- **Eventos Deportivos**
 - El **Gran Premio de Fórmula 1 de España**, emitido en Telecinco el 1 de junio de 2025 (14,9% y 1.439.000). Es la primera opción en TC (17,5%).
 - **Mundial de Clubes**. A través de Mediaset del 15 de junio al 13 de julio de 2025. El partido entre el Real Madrid y el PSG logró un 37,2% y 4.149.000 espectadores, siendo emisión líder del día, y la emisión más vista en Telecinco desde la prórroga de la Copa del Rey del 23 de abril de 2022.
 - **NFL**. Todas las emisiones de la NFL (incluyendo previo y post) promedian un 6,8% de cuota y 106.000 espectadores, un 9,8% en TC, con una cobertura que alcanza casi los 5 millones de espectadores. **El**

partido más visto es el del 16/11/2025, en el que se enfrentaron los 'Miami Dolphins' vs los 'Washington Commanders' (7% y 759.000).

- En cuanto a ficción, '**La Favorita 1929**' (10% y 837.000) ha sido la serie de Telecinco más vista del año. De hecho, su capítulo de estreno el 17 de marzo consiguió **un 17,1% y 1.560.000, el episodio de ficción más visto de este 2025.**
- **La película con mayor audiencia de Telecinco en 2025 es "Menudas piezas"** que se estrenó el 21 de diciembre (10,5% y 1.176.000), mientras que en Cuatro ha sido '**Top Gun Maverick**' (10,2% y 1.003.000).

PROGRAMAS MÁS DESTACADOS DEL AÑO - DAY TIME

- "**El programa de Ana Rosa**" (13%, 312.000 y un 14,3% en TC) volvió a la franja matinal como **líder de las televisiones comerciales**.
- '**El diario de Jorge**' (9,3% y 715.000) marca una tendencia ascendente en 2025 con 1,7 puntos más respecto a 2024. Es primera opción en TC (8,8%).
- '**Todo es mentira**' (6,5% y 538.000) cierra el año con la mejor cuota de pantalla de su historia y supera a su rival en franja de emisión (5,7%). Alcanza el 7,1% de share en TC.
- '**En boca de todos**' continúa creciendo en 2025, marca su mejor share anual (5,9% y 180.000) y crece en TC (6,3%).
- '**Lo sabe, no lo sabe**' suma espectadores mes a mes durante el año hasta obtener una media del 5,1% y 381.000 espectadores y un 5,3% en TC.

INFORMATIVOS

Todas las ediciones de Informativos Telecinco mejoran sus datos en el target comercial:

- Matinal: 8,3% en TI y 10,9% en TC
- Mediodía: 10,2% en TI y 12,3% en TC
- *Prime time*: 8% en TI y 8,5% en TC
- Fin de semana (media): 8,8% en TI y 9% en TC

Noticias Cuatro mejora sus marcas respecto al año anterior, tanto en sus ediciones de lunes a viernes como en fin de semana:

- De lunes a viernes, **Noticias Cuatro 1** crece **0,9 puntos respecto a 2024** (6,7 vs. 5,8%). También lo hace en **target comercial** hasta el 8,4% de share.

- **Noticias Cuatro 2** (5%) suma 0,8 puntos al resultado de 2024 e **incrementa sus datos en TC** (6,1%).
- **Noticias Cuatro Fin de Semana de mediodía** (7,5%) aumenta 0,6 puntos respecto al pasado año y anota su **mejor dato anual desde 2018**. Se eleva hasta el 8,8% en TC. La edición de **tarde (5,9%)** alcanzan **sus mejores datos anuales desde 2017** tras sumar cuatro décimas respecto al año anterior. Sube al 7% en TC.