

Madrid, 1 de febrero de 2026

AUDIENCIAS ENERO

Cuatro sigue creciendo y vuelve a batir a su rival con su mejor enero de los últimos nueve años y Mediaset España lidera el TC por 46º mes consecutivo

Cuatro (6,1%), que también alcanza su dato mensual más alto desde noviembre de 2024, suma 0,2 puntos respecto a diciembre y sube al 6,8% en TC. En *prime time* (6,1%) suma 26 meses consecutivos como la tercera cadena comercial y se eleva al 6,6% en TC, también por delante de su directo competidor.

Mediaset España (22,8%) se impone en *target* comercial (25,2%) y anota un 21,8% en *prime time*, con un 24,1% en *target* comercial de esta franja, donde igualmente lidera frente a sus competidores. En *day time* (23,2%), el grupo es un mes más el más visto en *target* comercial (25,7%).

Telecinco (8,5%) crece una décima respecto a diciembre y obtiene un 8,7% en TC. En *prime time* (8,4%), con un incremento de dos décimas respecto al mes pasado, sube hasta el 9,3% en TC.

Los canales temáticos del grupo (8,1%) acumulan 141 meses de liderazgo consecutivo y obtienen un 9,7% en TC. FDF (2,3%) y Energy (2,1%) encabezan la lista de los canales temáticos más vistos.

Cuatro (6,1%) cierra enero superando por segundo mes consecutivo a su inmediato competidor con su mejor mes de enero en nueve años (2017) y su dato mensual más alto desde noviembre de 2024, tras elevar 0,2 puntos la cifra obtenida en el mes de diciembre. Crece hasta el 6,8% en TC, con el que firma su mejor enero desde 2020. Se impone a su directo competidor en las franjas de sobremesa (6,5% vs. 5,7%), tarde (6,1% vs. 6%), *prime time* (6,1% vs. 5,6%) y *late night* (6,2% vs. 5,8%).

En *prime time* (6,1%) Cuatro acumula 26 meses consecutivos como la tercera cadena comercial más vista en esta franja con un incremento de 0,2 puntos respecto a diciembre y con medio punto más que su rival (5,6%). Crece hasta el 6,6% en TC, sumando 30 meses consecutivos como la tercera cadena

comercial con mejor dato en este segmento, con un incremento de 0,3 puntos respecto al mes pasado y medio punto de ventaja sobre su directa competencia.

En **day time** (6,1%) mejora 0,3 puntos respecto a diciembre y repite su **mejor dato desde junio de 2021** y su **mejor enero desde 2017** en este segmento. Crece hasta el 6,9% en el TC, situándose junto a su rival como **cadena comercial con mayor subida frente al mes pasado** en este parámetro (+0,3 puntos).

Mediaset España registra un 22,8% en total día en enero y un 21,8% en *prime time*. Es de nuevo **líder del target comercial** en los siguientes segmentos:

- En **total día** (25,2%) se impone por **46 mes consecutivo a sus rivales**, con una ventaja de 2,1 puntos sobre la siguiente opción (23,1%).
- En **prime time** alcanza un 24,1% y suma **18 meses de liderazgo ininterrumpido**, 1,6 puntos por delante del segundo grupo (22,5%).
- En **day time** (25,7%) supera en 2,3 puntos a la siguiente opción (23,4%).

Telecinco (8,5%) **crece una décima respecto a diciembre** y registra un **8,7% en target comercial**. En *prime time* (8,4%) **sube 0,2 puntos respecto al mes pasado** y registra un 9,2% en TC. En **day time** (8,6%) **suma 0,2 puntos respecto a diciembre** y es la cadena más vista en *late night* (11,8%).

Los **canales temáticos de Mediaset España** (8,1%) acumulan **141 meses de liderazgo consecutivo**, con 1,5 puntos de ventaja sobre los temáticos de su competidor privado (6,6%). En **target comercial** (9,7%), la distancia entre ambos se eleva a 3,6 puntos (6,1%).

- **FDF** (2,3%) es el **canal temático más visto en enero** y también es la **primera opción de las temáticas en TC** (3,2%) por **33º mes consecutivo**. Es el temático más visto por los **jóvenes** (13-24 años) con un 4,8% de *share*.
- **Energy** (2,1%) se sitúa en **segunda posición** del ranking y también es segundo en TC con un 2,5% de *share*.
- **Divinity** (1,2%) se sitúa de nuevo como el **canal femenino líder en TC** (1,5%).
- **Boing** (0,9%) anota su **mejor dato histórico en enero entre los niños con un 12,8% de share**, reafirmandose un mes más como el **canal líder absoluto en target infantil**.

- **Be Mad** (1,6%) registra un 1,6% en TC y un 1,4% entre los hombres de 16-44 años.

PROGRAMAS MÁS DESTACADOS:

- La entrega de *prime time* de **‘La Isla de las Tentaciones’** (16,8% y 1.366.000) se despide **liderando su franja y el TC (23%)** con un **espectacular 37,2% entre los públicos de 16 a 34 años**.
 - Las entregas de **‘La Isla de las Tentaciones’ en access prime time** (11,5% y 1.477.000) suben al 15,6% en TC donde se imponen entre las televisiones comerciales, con **un destacado seguimiento del 25,5% de share entre los jóvenes de 16 a 34 años**.
 - **‘El debate de las Tentaciones’** (11,6% y 1.089.000) comparte liderazgo de franja con su rival al que se impone en TC (14,4%), **con un 22,8% entre los espectadores entre 16 y 34 años**.
- **‘Casados a primera vista’** (13,5% y 928.000) arranca su primera edición **conquistando a los espectadores de su franja**, al igual que en TC (14,7%), alcanzando un **22,8% entre los públicos entre 16 y 34 años**.
- **‘GH DÚO’** (13,5% y 823.000) es **líder de su franja** la noche de los jueves con **especial seguimiento entre los espectadores entre 25 y 44 años (17,8%)**. También lo hace entre las televisiones comerciales en TC (13%). **Las galas especiales de salvación de ‘GH DÚO’ los martes (12,3% y 743.000) se imponen igualmente en su franja** y crecen al 14% entre los espectadores entre 25 y 44 años.
- **‘Pura sangre’** (11% y 917.000) arrancó el pasado 28 de enero como **líder de su franja entre las televisiones comerciales**, convirtiéndose en el **mejor estreno de ficción de la temporada en Telecinco y el capítulo de ficción más visto de este curso televisivo** en la cadena.
- **‘El precio de...’** (11,2% y 650.000) **domina su franja** con su especial sobre Julio Iglesias y lidera en TC (10%), con un 14,1% entre el público joven.
- **‘¡De viernes!’** registra en enero una media del 10,5% de *share* y 846.000 espectadores.

Además:

- **‘El programa de Ana Rosa’** (12,1% y 326.000) crece 0,7 puntos en enero situándose de nuevo como **líder del TC en su franja de emisión entre las televisiones comerciales, con un 13,3% de share.**
- En **Cuatro, ‘Horizonte’** (9,5% y 709.000) **se impone a su rival** y crece al 11% en TC. Las ediciones de *access prime time* de **‘Horizonte’** (7,1% y 917.000) también se sitúan por delante de los datos de su competidor en la franja (6,3%) al que también supera en TC (8,8% vs. 5,5%), con un 9,1% entre los públicos de 45 a 54 años.
- **‘Código 10’** (7,7% y 480.000) firma **récord de temporada en ambas métricas y tercer mes con el share más alto de su historia.** Crece al 9,7% en TC y se sitúa por delante de su competencia directa en la franja (4,4%) y en TC (4,6%).
- **‘Proyecto Sistiaga’** (5,7% y 503.000) arranca la temporada en Cuatro superando a su competidor inmediato en la franja (5,3%) y en TC (6,6% vs. 4,4%).
- Con sus emisiones de lunes a jueves, **‘First Dates’** (7,3% y 910.000) alcanza su **récord de temporada en Cuatro en ambas métricas**, por delante de su competencia directa en su franja de emisión (5,9%) y en TC (6,6% vs. 5,5%). Lo mismo ocurre en **su entrega en viernes** (7%, 811.000 y 7,3% en TC vs. 4,7% y 6% en TC). Las ediciones de **‘First Dates’** en el *access prime time* de Telecinco acumulan en su primera semana una media del 8,4% de *share* y 1.085.000 espectadores, con un 8,4% en TC.
- **‘Todo es mentira’** (7% y 617.000) alcanza su **mejor dato mensual en ambas métricas desde junio de 2025.** Se mantiene por delante de su inmediato competidor en su franja de emisión (5,3%), con un 8,9% entre los espectadores entre 45 y 54 años.
- **‘En boca de todos’** (7,1% y 247.000) **anota un nuevo récord histórico mensual en cuota de pantalla y su mejor dato en espectadores del último año.**

Récord mensual de Noticias Cuatro 1 y Noticias Cuatro 2 en su nueva etapa

- **Noticias Cuatro 1** (7,5% y 567.000) alcanza su **mejor dato mensual desde junio de 2018 y su récord mensual desde el inicio de la nueva etapa de los informativos en enero de 2024.** Sube al 9,2% en TC.

- **Noticias Cuatro 2** (5,7% y 577.000) crece 0,5 puntos respecto a diciembre y alcanza su **mejor registro desde diciembre de 2015**, además de batir el récord mensual de la nueva etapa de estos informativos. Ascende al 7,1% en TC.
- **Noticias Cuatro 1 Fin de Semana** (7,9% y 590.000) eleva su marca 1 décima respecto a diciembre y **firma tercer mejor dato mensual en cuota de pantalla desde enero 2019**. Sube al 9,2% en TC. Por su parte, **Noticias Cuatro 2 Fin de Semana** (6,6% y 700.000) iguala su segundo dato mensual más elevado desde junio 2021 y sube al 8% en TC.