

Madrid, 1 de abril de 2026

## AUDIENCIAS MARZO

Mediaset España lidera el *target* comercial por cuarto año consecutivo, Cuatro logra su mejor marzo en 10 años y Telecinco sube 0,6 puntos respecto a febrero

Los canales temáticos del grupo (7,9%) acumulan 143 meses de liderazgo consecutivo y obtienen un 9,5% en *target* comercial. FDF y Energy, ambos con un 2,2% de *share*, encabezan la lista de los canales temáticos más vistos.

Mediaset España (23,5%) cierra marzo como el grupo que más sube con respecto a febrero (+0,7 puntos) con su mejor dato desde noviembre de 2025. En *prime time* (22,4%) es el único grupo que mejora respecto al mes anterior con su mejor dato de los últimos cuatro meses. Además, vuelve a ser líder del *target* comercial en los siguientes segmentos:

- En **total día** (25,5%) **cumple cuatro años de liderazgo ininterrumpido** tras un incremento de 7 décimas respecto a febrero y con una ventaja de 1,7 puntos sobre la siguiente opción (23,8%).
- En **prime time** (24,0%) mejora 1,1 puntos respecto a febrero y suma **20 meses de liderazgo ininterrumpido** con 1,7 puntos de ventaja sobre el segundo grupo (22,3%).
- En **day time** (26,3%), con un incremento de cinco décimas respecto al pasado mes, marca **su mejor dato mensual desde noviembre de 2025** y supera por 1,7 puntos a la siguiente opción (24,6%).

Con una audiencia media del 6,2% de *share*, **Cuatro** alcanza su **mejor marzo desde 2016**, igualando la marca obtenida en marzo de 2017, y consigue **su mejor dato mensual desde noviembre de 2024**. Es la **única cadena que crece en marzo en la doble métrica: respecto al mes anterior (+0,1 punto) y frente a marzo de 2025 (+0,3 puntos)**. **Se impone a su competencia directa en las franjas de sobremesa (6,5% vs. 6%), prime time (6,2% vs. 6%) y late night (6,2% vs. 5,5%)**. En **target comercial** sube al 7,1% de *share*, dato con el que firma su mejor mes desde junio de 2021 y su mejor marzo desde 2018.

En **prime time** (6,2%) **Cuatro** mejora 1 décima frente al mes pasado y anota su mejor dato mensual desde enero de 2025 (igualando el alcanzado en octubre de 2025 y febrero de 2025). Se eleva al 7,5% en TC, el más alto desde marzo de 2024, y suma **32 meses consecutivos como la tercera cadena comercial**, con una ventaja de 0,9 puntos respecto a su rival (6,6%).

En **day time** (6,2%) se mantiene en el dato del mes pasado que es su **mejor dato mensual desde junio de 2021** y su **mejor marzo de los últimos 10 años**. Crece hasta el 6,9% en el TC tras incrementar 3 décimas respecto al mes anterior.

**Telecinco** (9,3%), **cadena con mayor subida en marzo (+0,6 puntos)**, anota su **mejor dato mensual desde octubre de 2025**. Con casi 1 punto, también registra la mayor subida mensual en la franja de **prime time** (9,2%), con el que marca su **máximo desde julio pasado**. También incrementa 0,6 puntos respecto a febrero en el **target** comercial de esta banda hasta anotar un 8,8% de *share*. En **day time** (9,4%) **suma medio punto frente a febrero** y obtiene su **mejor marca desde octubre**, con un 8,9% en TC. En **late night**, Telecinco es la **televisión más vista** con un 14,4%, con un aumento de 3 puntos respecto al mes pasado.

Los **canales temáticos de Mediaset España** (7,9%) acumulan **143 meses de liderazgo consecutivo**, con 1,2 puntos de ventaja sobre los temáticos de su competidor privado (6,7%). En **target comercial** (9,5%), la distancia entre ambos se eleva a 2,8 puntos (6,7%).

- **FDF** (2,2%) es el **canal temático más visto en marzo con el mismo dato que Energy**. Es la **primera opción de las temáticas en TC** (3,1%) por **35º mes consecutivo**. Y es el temático más visto por los **jóvenes** (13-24 años) con un 6,1% de *share*, parámetro en el que sube 7 décimas respecto a febrero, y anota **mejor dato desde septiembre de 2025**.
- **Energy** (2,2%) se sitúa en primera posición junto a FDF y segundo en TC con un 2,6% de *share*.
- **Divinity** (1,1%) es el **canal femenino líder en TC** (1,5%) por décimo mes consecutivo.
- **Boing** (0,8%) repite liderazgo absoluto entre los niños con un 12,1% de *share*.
- **Be Mad** (1,6%) registra un 1,6% en TC y un 1,4% entre los hombres de 16-44 años.

## PROGRAMAS MÁS DESTACADOS:

- **‘Supervivientes’** (18,7% y 1.089.000) arranca su nueva temporada liderando su franja y todos los *targets* con un 16,9% en TC y un 25,2% entre los espectadores entre 16 y 34 años. **‘Supervivientes. Tierra de nadie’** (15,3% y 916.000), imbatible en su franja y todos los *targets* con un 20,8% entre 16 y 34 años. **‘Supervivientes. Conexión Honduras’** (12,7% y 994.000) es primera opción de su franja y en TC (11,6%), con un 16,3% entre los públicos de 16 a 34 años.
- **“El precio de... Cantora”** (11,9% y 786.000), **consigue su entrega más vista y su segunda mejor cuota de pantalla.** Es primera opción entre las tv comerciales.
- **‘Casados a primera vista’** (14,9% y 891.000) cierra su primera temporada en el *prime time* de Telecinco como el fenómeno de la temporada, **imbatible en su franja de emisión y en TC (17,5%)** con un destacado **26,4% en públicos entre 16 y 34 años.**
- **‘GH DÚO: Final’** se despide líder de su franja con un 14,2% de *share* y 884.000 espectadores.
- **‘¡De viernes!’** (11,9% y 913.000) mejora 0,9 puntos con respecto al pasado mes y alcanza su **mejor resultado mensual desde noviembre de 2025, liderando de nuevo en TC (10,3%).** La edición del pasado viernes 27 de marzo registró su **récord anual en cuota de pantalla** con una media del **12,7% de share**, 855.000 espectadores y un total de 2.848.000 espectadores únicos.
- El décimo aniversario de **‘First Dates’** registra un 10,8% y 653.000 espectadores. El **espacio previo express** (10,3% y 1.256.000) obtiene su mejor *share* en el *access prime time* de Telecinco desde el pasado 27 de agosto.
- **‘El programa de Ana Rosa’** (12,5% y 302.000) se impone de nuevo entre las televisiones comerciales con su **tercer mejor dato mensual en cuota de pantalla de la temporada.**
- **‘Vamos a ver’** (10,2% y 373.000) alcanza su **mejor dato mensual en share de la temporada.** Convierte en positivo su TC (10,3%).
- En sus ediciones de lunes a viernes, **‘El precio justo’** (9,2% y 642.000) incrementa su audiencia y marca su **mejor cuota de pantalla de la temporada.** Se eleva al **9,9% entre 16-34 años.**

- De lunes a viernes, **'¡Allá tú!'** (9,7% y 935.000) continúa su tendencia al alza en audiencias y firma un 12% entre los jóvenes de 16 a 34 años. En su doble cita en el **fin de semana** (9% y 890.000) crece 1,3 puntos respecto a febrero.
- En **Cuatro**, **'Horizonte'** (9,2% y 679.000) **se impone a su rival en la franja** (4,6%) y **en TC** (10,8% vs. 4,4%), con un 11,6% entre los jóvenes. Las entregas de *access prime time* de **'Horizonte'** (7,3% y 917.000) mejoran 0,4 puntos respecto a febrero y también se sitúan **por delante de su competidor en la franja** (6,5%) al que, de igual forma, **supera en TC** (8,3% vs. 6,1%).
- **'En boca de todos'** (8% y 260.000) repite resultado del mes anterior en cuota de pantalla y su récord histórico mensual en cuota de pantalla.
- **'Todo es mentira'** (7,2% y 587.000) crece 0,3 puntos respecto a febrero y registra su **mejor cuota de pantalla de la temporada**. Se mantiene por delante de su inmediato competidor en su franja de emisión (5,6%).
- **'Código 10'** (6,9% y 418.000) **alcanza su mejor dato mensual en share y el más visto su historia en un mes de marzo**, por delante de su competencia directa en su franja (3,9%) y en TC (7,6% vs. 4,6%).
- **'Lo sabe, no lo sabe'** (6,1% y 461.000) anota **récord mensual histórico en cuota de pantalla en su emisión de tarde**.
- **'Ex. La vida después'** (6% y 463.000) se estrena con datos superiores a su rival en su franja (5,9%) y en TC (6,9% vs. 5,9%), con un 8,8% en jóvenes.

## **Informativos Telecinco 21:00 h. marca en marzo su mes más visto del último año y su mejor share de la temporada**

- **Informativos Telecinco: El Matinal** (7,7% y 67.000) obtiene su **segundo mes más visto de la temporada**. Sube al 10,3% en TC.
- **Informativos Telecinco 15:00 h** (9,5% y 896.000) asciende al 11,3% en TC.
- **Informativos Telecinco 21:00 h** (8,2% y 958.000) mejora siete décimas respecto a febrero y firma su **mejor marca mensual en número de espectadores desde marzo de 2025 y el mejor share de la temporada**.
- **Informativos Telecinco Fin de Semana 15:00 h** (8,3% y 742.000) alcanza su **segundo mejor dato mensual de la temporada en cuota de pantalla igualando con enero**. **Informativos Telecinco Fin de Semana 21:00 h** (8,6% y 962.000) consiguen sus **segundos mejores datos de la temporada en ambas métricas**, tras incrementar 4 décimas respecto a febrero.

## **Récord mensual en cuota de Noticias Cuatro 1 en su nueva etapa. La 2ª edición de fin de semana alcanza su mejor *share* desde junio de 2021**

- **Noticias Cuatro 1** (8% y 568.000) incrementa 0,1 puntos su dato respecto a febrero y alcanza su **mejor dato mensual en cuota y segundo en espectadores de la nueva etapa**. Sube al 9,3% en TC.
- **Noticias Cuatro 2** (5,5% y 510.000) también crece 2 décimas respecto al mes anterior y alcanza sus **segundos mejores registros de la temporada**. Ascende al 6,4% en TC.
- **Noticias Cuatro 1 Fin de Semana** (8,2% y 561.000) sube al 9,3% en TC. Por su parte, **Noticias Cuatro 2 Fin de Semana** (6,9% y 663.000) suma 6 décimas a su resultado de febrero y alcanza su **mejor dato mensual en cuota de pantalla desde junio de 2021, igualando la obtenida en noviembre de 2024**. Es también el **segundo mes más visto de la temporada**. Sube al 7,9% en TC.