

Madrid, 1 de julio de 2026

AUDIENCIAS TEMPORADA Y JUNIO

Cuatro finaliza la temporada por delante de su directo competidor con su mejor dato de los últimos ocho años

Temporada: Cuatro (6,1%) se sitúa en la tercera posición del ranking de las televisiones comerciales, por delante de su competidor (6%). 'Horizonte' (9,6%), 'Código 10' (7,2%) y 'En boca de todos' (7,4%) batieron sus récords históricos de temporada. Noticias Cuatro 1 (7,4%) y Noticias Cuatro 2 (5,3%) obtienen sus mejores datos desde el inicio de su nueva etapa. En las ediciones de fin de semana, Noticias Cuatro 1 (8,1%) y Noticias Cuatro 2 (6,2%) marcan sus mejores cuotas de pantalla desde la temporada 2017/2018.

Mediaset España lidera el *target* comercial (25,3%) por 16ª temporada consecutiva. Energy y FDF encabezan el ranking de las temáticas más vistas y Boing bate récord histórico de temporada en niños (13,9%).

Junio: Cuatro (6,4%) registra su mejor junio en cinco años y se impone en 0,9 puntos a su directo competidor.

Mediaset España lidera el *target* comercial por 51º mes consecutivo (23%) y suma 35 meses ininterrumpidos de liderazgo en el TC del *prime time* (21,9%).

Tras finalizar el mes de junio nuevamente por delante de su competencia directa y como resultado de una **tendencia ascendente a lo largo del curso televisivo**, **Cuatro ha finalizado su mejor temporada en los últimos ocho años con un 6,1% de share**, dato que sitúa a la cadena en la **tercera posición del ranking de las televisiones comerciales**, superando a su inmediato competidor (6%).

En TC (6,8%), Cuatro es la **única cadena comercial que crece este curso televisivo** (+0,2 puntos) y alcanza su dato más alto desde la temporada 2017/2018. Se mantiene como la **tercera cadena comercial más vista entre el público joven** (13-24 años) con un **5,6% de share** y se impone a su directo competidor en **prime time**, tanto en esta franja (6,1% vs. 5,6%) como en TC (6,9% vs. 5,9%); **sobremesa** (6,3% vs. 5,7%) y en el TC de esta franja (7,5% vs. 7,4%); **late night** (6,3% vs. 5%) y en el TC de este segmento (7,3% vs. 5,5%) y **la tarde** (6% vs. 5,8%).

Los espacios de actualidad de Cuatro baten récords de temporada

- **'Horizonte'** en su emisión de *access prime time* (7,8% y 954.000) se alza como **el programa más visto de Cuatro en la temporada**, por delante de su rival en la franja (6,5%) y en TC (8,9% vs. 6%). **Las ediciones de *prime time*** del programa (9,6% y 671.000), por su parte, anotan su **temporada con mejor cuota de pantalla y la segunda más vista**. Superan a su rival en su franja (4,6%) con la mayor ventaja de su historia (+5 puntos). También aumenta esa distancia en sus registros de TC (11,8% vs. 4,6%).
- **'Código 10'** (7,2% y 432.000) **firma la mejor temporada de su historia**, con la mayor ventaja respecto a su inmediato competidor (4,6%). En TC sube al 8,2%.
- **'En boca de todos'** (7,4% y 235.000) bate su **récord de temporada** tras una mejora de 2,1 puntos respecto a la anterior.
- **'Todo es mentira'** (6,8% y 557.000) anota la **segunda temporada con mejor cuota de pantalla de su historia**, con la mayor ventaja (+1,4 puntos) sobre su inmediato competidor en su franja de emisión (5,4%).

Noticias Cuatro obtiene sus mejores datos desde el inicio de su nueva etapa. Las dos ediciones de fin de semana marcan sus mejores cuotas desde la temporada 2017/2018

- **Noticias Cuatro 1** (7,4% y 521.000) suma 7 décimas respecto a la temporada anterior. **Cierra su mejor curso televisivo desde el inicio de la nueva etapa** en enero de 2024, tanto en cuota de pantalla como en número de espectadores. Anota un 8,9% en TC.
- **Noticias Cuatro 2** (5,3% y 468.000) también alcanza sus **mejores resultados de temporada desde el inicio de la nueva etapa** tras una mejora de 0,6 puntos. Marca un 6,2% en TC.
- **Noticias Cuatro 1 Fin de Semana** (8,1% y 550.000) anota su **mejor resultado en cuota de temporada desde el curso 2017/18**, con un 9% en TC.
- **Noticias Cuatro 2 Fin de Semana** (6,2% y 570.000) registra su **mejor dato en cuota de temporada desde el curso 2017/18**. En TC marca un 7,2%.

La segunda edición de ‘Supervivientes All Stars’ y ‘Supervivientes 2026’, *realities* con mejor *share* de todas las televisiones

Estos son los programas más competitivos del curso televisivo en Telecinco, que ha cerrado temporada con un 8,9% de *share*:

- La segunda edición de ‘**Supervivientes All Stars**’ (17,5% y 1.474.000) es el **reality con mejor cuota de pantalla de todas las televisiones durante esta temporada**, imbatible en su franja (sus 10 galas fueron lo más visto en sus respectivas franjas) y en TC (14,7%). ‘**Supervivientes All Stars: Tierra de nadie**’ (16,6% y 970.000) también ha liderado su franja y el TC (15,3%). ‘**Supervivientes All Stars: Conexión Honduras**’ (13,7% y 1.028.000) igualmente por delante del resto de ofertas en su franja, ha crecido al 14,1% entre los espectadores entre 25 y 44 años.
- ‘**Supervivientes 2026**’ (17,2% y 1.019.000) es el **segundo reality con mejor cuota de pantalla de la temporada**, liderando su franja y el TC (14,8%), con un 19,4% entre los públicos entre 25 y 44 años. ‘**Supervivientes. Tierra de nadie**’ (15% y 902.000) también ha sido líder de su franja esta temporada, con un 16,2% en el público entre 25 y 44 años.
- ‘**La Isla de las Tentaciones 9 y 10**’ (14,9% y 1.061.000) ha vuelto a ser el **programa más visto en su banda de emisión**, especialmente entre los jóvenes, con un destacado 30,6% entre los espectadores de 16 a 34 años.
- ‘**Casados a primera vista**’ (14,2% y 889.000) ha irrumpido en el panorama televisivo como **primera opción en su franja**. Líder también del TC (16,6%) ha registrado un especial seguimiento entre los públicos entre 25 y 44 años (22,6%).
- ‘**GH Dúo 4**’ (13,5% y 833.000) domina su franja de emisión con especial incidencia entre los espectadores entre 25 y 54 años (15,3%).
- ‘**El programa de Ana Rosa**’ (12,3% y 302.000) es la **primera opción entre las televisiones comerciales tanto en franja como en TC** (13,3%)
- ‘**¡De Viernes!**’ registra una media en la temporada del 11,3% de *share* y 848.000 espectadores.
- ‘**Gran Hermano 20**’ (10,8% y 639.000) se impone al resto de ofertas en su banda de emisión y alcanza un 13,9% entre los públicos de 25 a 44 años.

Mediaset España: 16 temporadas como líder del *target* comercial

Mediaset España cierra temporada con un 23,2% y lidera el *target* comercial (25,3%) por 16ª temporada consecutiva. También se impone en el TC del *prime time* (24%), *day time* (26%), la mañana (25,7%), la tarde (24,9%) y el *late night* (30,7%).

Los canales temáticos de Mediaset España reafirman su hegemonía, con récord de temporada de Boing

Los **canales temáticos de Mediaset España** (8,3%) han concluido la temporada de nuevo como la oferta líder, al igual que en el TC (9,7%).

FDF y Energy lideran el ranking de las más vistas.

- **FDF** lidera el ranking de las televisiones temáticas (2,3%). También se impone en TC **por séptima temporada consecutiva** (3,2%) y **entre los jóvenes de 13 a 24 años (5,3%)**.
- **Energy** es la segunda temática más vista en total individuos (2,2%) y en TC (2,5%).
- **Divinity** (1,2%) alcanza un 1,4% en TC y se mantiene como la temática femenina líder en este *target* por cuarta temporada consecutiva.
- **Boing** (0,9%) mejora 2,4 puntos entre los niños respecto al curso anterior y alcanza **su récord histórico de temporada con un 13,9% de *share* entre el público de 4 a 12 años**, con el que alcanza su **quinta temporada consecutiva como canal de televisión líder entre los niños**.
- **Be Mad** (1,7%) obtiene un 1,6% de *share* en TC y un 1,4% entre los hombres de 16 a 44, su *target* objetivo.

DATOS DE JUNIO

Cuatro (6,4%) ha cerrado su **mejor junio de los últimos cinco años**, con una ventaja de 0,9 puntos sobre su competencia directa, dato que marca su mayor distancia desde junio de 2018.

Además, crece 0,7 puntos hasta alcanzar un 7% en TC, con una ventaja de 0,6 puntos sobre su rival (6,4%), al que supera por segundo mes consecutivo.

- En **prime time** (6,6%), es la **cadena comercial que más crece respecto al mes pasado** (+0,2 puntos) y **respecto a junio de 2025** (+0,7 puntos) con su **mejor marca mensual desde noviembre de 2024 y su mejor junio desde 2019**. Supera a su directo competidor por 1,6 puntos, la mayor ventaja desde julio de 2010. **En TC** (7,3%) suma 35 meses consecutivos como tercera cadena comercial con **su mejor junio desde 2019**, con 1,9 puntos por delante de su competencia directa (5,4%). Además, **Cuatro ha superado a su rival todas las noches de la semana**.
- En **day time** (6,3%), Cuatro anota su **mejor junio desde 2021** tras superar por segundo mes consecutivo a su inmediata competidora (5,7%). **En TC** anota un 6,9%, 1 décima por encima de su rival, a la que no superaba desde junio de 2021 en este parámetro.

Programas más vistos de Cuatro:

- Las entregas de **access prime time** de **'Horizonte'** (9,2% y 1.036.000) crecen 0,4 puntos frente a mayo y **baten su récord mensual en cuota de pantalla** con la mayor ventaja sobre su competidor directo en la franja (+3,2 puntos) al que, de igual forma, supera en TC (10% vs. 5,5%). Por otra parte, **las ediciones de prime time** (9,7% y 786.000) anotan su mes de junio **más visto en su historia y el segundo más alto en cuota de pantalla**. Supera a su rival en su franja (3,9%) y en TC (11,5% vs. 4%).
- **'Código 10'** (8,5% y 505.000) mejora 0,1 puntos respecto a mayo y alcanza su **récord histórico tanto en share como en número de espectadores**, por delante de su competencia directa en su franja (4,1%) y en TC (8,9% vs. 5,4%).
- **'En boca de todos'** (8,4% y 270.000) iguala su **mes más visto de la temporada y obtiene su segundo mejor dato en share de su historia** con el que firma una ventaja de 0,8 puntos sobre su rival en la franja (7,6%), la mayor distancia histórica.
- **'Todo es mentira'** (7,3% y 605.000) anota su **segundo mes con la cuota de pantalla más alta de su historia**. Se mantiene por delante de su inmediato competidor en su franja de emisión (5,4%).

Noticias Cuatro 1 se impone a su rival por segundo mes consecutivo con sus mejores resultados desde el inicio de la nueva etapa

- **Noticias Cuatro 1** (8,4% y 600.000) suma 2 décimas a su resultado de mayo y alcanza su **mejor dato mensual desde el inicio de la nueva etapa** en enero de 2024, tanto en cuota de pantalla como en número de espectadores.

Supera a su inmediato competidor en *share*, por segundo mes consecutivo, lo que no sucedía desde junio de 2012. Marca un 9,8% en TC. El acumulado de **Noticias Cuatro 1 de lunes a domingo** acumula un 8,5% y 596.000 espectadores, obtiene su mejor marca de la nueva etapa y supera a su rival en cuota (7,8%) por segundo mes consecutivo, lo que no sucedía desde agosto de 2017.

- **Noticias Cuatro 2** (5,4% y 423.000) registra un 6% en TC.
- **Noticias Cuatro 1 Fin de Semana** (8,6% y 586.000) supera a su competencia directa en ambas métricas (7,2% y 493.000) con su mejor cuota desde enero de 2019 (9%) y crece al 9,6% en TC. Por su parte, **Noticias Cuatro 2 Fin de Semana** (5,7% y 464.000) registra un 6,4% en TC.

‘Supervivientes’ y ‘La Isla de las Tentaciones’, programas con mejor cuota de pantalla de Telecinco en junio

Telecinco ha finalizado junio con un 8,3% en total día, un 8,2% en *prime time*, un 8,4% en *day time* y un 11,3% en *late night*, franja en la que se impone al resto de las ofertas comerciales.

Programas más destacados de Telecinco en junio:

- **‘Supervivientes’ (galas de los jueves más la semifinal en martes)** (17,1% y 1.036.000) mejora en 42.000 espectadores respecto a mayo. Es **líder absoluto de su franja y de la mayoría de los *targets***, con especial seguimiento entre los espectadores de 25 a 44 años (18%). **‘Supervivientes. Tierra de nadie’** (15,5% y 913.000) suma 0,7 puntos a su dato del mes pasado y también se impone en su franja, con un 20% entre los jóvenes de 13 a 24 años. **‘Supervivientes. Conexión Honduras’** (12,3% y 941.000), con medio punto más que el mes anterior, también es **primera opción de su banda horaria**.
- **‘La Isla de las Tentaciones’** (14,7% y 914.000) lidera su franja en el *prime time* de los lunes y miércoles con una subida de 0,8 puntos respecto al pasado mes. Crece al 17,6% en TC, con un destacado 25,8% en públicos de 16 a 34 años.
- **‘El programa de Ana Rosa’** (12,4% y 282.000) se impone a las televisiones comerciales en TC (12,4%).

51 meses consecutivos como el grupo televisivo líder en *target* comercial

Mediaset España (22%) ha cerrado junio como líder del *target* comercial (23%) por 51º mes consecutivo, con una ventaja de 0,8 puntos sobre la segunda opción (22,2%).

- En *prime time*, Mediaset España marca un 21,4% de *share*. En el TC de esta franja (21,9%), el grupo supera a su competidor directo por 35 meses consecutivos con 1 punto de ventaja (20,9%).
- En *day time* (22,3%) marca un 23,4% en TC y vuelve a ser el grupo líder con 0,6 puntos por delante de su rival (22,8%).

Nuevo liderazgo en junio de los canales temáticos de Mediaset España

Los canales temáticos de Mediaset España (7,4%) suman 146 meses consecutivos como los más vistos. En TC (8,3%) también enlazan 146 meses de liderazgo ininterrumpidos.

- **FDF** (2,1%) se sitúa en junio como el canal temático más visto y suma 38 meses como líder de las temáticas en TC (2,9%), con especial seguimiento entre los jóvenes de 13-24 años (4,7%).
- **Energy** (1,9%) comparte este mes con Nova el segundo puesto entre las temáticas, mientras que en TC (2,2%) es tercera del ranking.
- **Boing** (0,8%) es un mes más el canal infantil líder entre los niños (11,2%).
- **Be Mad** (1,5%) anota un 1,4% en TC y un 1,1% entre los hombres de 16 a 44 años.
- **Divinity** registra un 1,1% de *share* en el mes y en TC.