

Madrid, 3 de noviembre de 2025

‘Supervivientes All Stars’ cierra su épica segunda edición como el programa de *prime time* con mejor *share* de la temporada y con el liderazgo de sus tres galas semanales

Con una media del 17,5% de *share* (1.029.000 espectadores), las galas principales del reality han encabezado este ranking seguidas de ‘SV All Stars. Tierra de Nadie’ (16,6% y 970.000), ambas con Jorge Javier Vázquez y Laura Madrueño al frente, y han liderado ampliamente sus respectivas franjas de emisión, al igual que ‘SV All Stars. Conexión Honduras’ (13,7% y 1.028.000), conducido por Sandra Barneda y Laura Madrueño.

La histórica final del pasado jueves, que proclamó ganador a Torres en un ajustadísimo duelo con Jessica y por delante de Miri y Tony, batió el récord de *share* del formato de leyendas y firmó el mejor dato de espectadores de la edición, con un 20,8% y 1.233.000.

El formato ha triunfado también en el entorno digital como el producto con mayor consumo en los soportes de Mediaset España en su periodo de emisión, incrementado sus cifras un 11% respecto a la primera edición. Con más de 2,5 millones de seguidores en redes sociales, ha acumulado más de 416 millones de visualizaciones y más de 800.000 comentarios.

La aventura más épica, dura y extrema de la historia del formato, en la que **14 auténticas leyendas** se han entregado en cuerpo y alma durante **56 días de supervivencia** en las **peores condiciones meteorológicas** de los casi 20 años de emisiones ininterrumpidas de **la mayor producción de la televisión** de nuestro país, llegó a su fin el pasado jueves en **Telecinco** con la proclamación de **Torres** como ganador y con **Jessica, Miri y Tony** como segunda, tercera y cuarto finalista, respectivamente.

Producido por Mediaset España en colaboración con Cuarzo Producciones (Banijay Iberia), ‘Supervivientes. All Stars 2’ ha cerrado la edición con casi **18,1 millones de espectadores únicos** y con **una media del 17,5% de *share*** en sus galas principales, situándose como el **programa de *prime time* con mejor *share* de la temporada**.

Los datos y titulares de una edición para la historia

- Las **galas principales** del reality (las de los jueves y la semifinal del pasado martes), conducidas por **Jorge Javier Vázquez y Laura Madrueño**, se han

situado con un 17,5% (1.029.000) **al frente del ranking de los programas de prime time con mejor share del 'curso'**, seguidas de las galas de **'SV All Stars. Tierra de Nadie'**, en segunda posición con un 16,6% (970.000).

- Las **galas principales han arrasado en su franja de emisión con 7 puntos de ventaja** sobre la segunda opción (10,5%) y han liderado en el **target comercial** (14,7%), en **todos los targets de edad** con un **18,7% en jóvenes de 25-44 años** y en 12 de los 15 mercados autonómicos, con especial seguimiento en **Canarias (23,5%), 'Resto' (22,9%), Andalucía (20,5%), Comunidad Valenciana (18,5%) y Euskadi (18%)**.
- La **gran final del pasado jueves**, con un **20,8% y 1.233.000**, culminó la evolución ascendente del reality batiendo el **récord de share del formato** y el **récord de la edición tanto en share como en espectadores**. Superó por 2,2 puntos a la final de la primera entrega (18,6%).
- **'Supervivientes All Stars. Tierra de Nadie'**, también con Jorge Javier Vázquez y Laura Madrueño al frente, **ha liderado ampliamente los martes con todas sus galas su franja de emisión** con una media del **16,6% y 970.000**, 5,7 puntos más que la segunda opción (10,9%). Ha sido la referencia en su horario en el **target comercial** (15,3%), en **todos los segmentos de edad** -con un **17,6% en 25-44 años-** y en 12 de los 15 mercados regionales, con especial consumo en **Canarias (21,6%), 'Resto' (19,7%), Andalucía (19,6%), Murcia (19,3%), Comunidad Valenciana (18,6%), Euskadi (17,6%) y Castilla-La Mancha (17,1%)**.
- Con **Sandra Barneda** y Laura Madrueño como presentadoras, **'Supervivientes All Stars. Conexión Honduras'** se ha situado como **lo más visto en su franja de emisión en la noche de los domingos**, con una media del **13,7% y 1.028.000**, con **más de 3 puntos de ventaja** sobre la siguiente opción (10,4%). El programa también ha sido la referencia en el **target comercial** (12,7%), entre los **menores de 55 años** -con un **14,1% en 25-44 años-** y mayores de 75 años y en 9 mercados autonómicos, con especial seguimiento en **Canarias (20,5%), 'Resto' (16,9%), Euskadi (15,8%), Murcia (15,5%), Andalucía (15,1%), Madrid (15,1%) y Comunidad Valenciana (14,2%)**.

Gran consumo en soportes digitales

Desde su estreno el pasado 4 de septiembre, **'Supervivientes All Stars 2'** se ha convertido, además, en el **producto con mayor consumo en los soportes digitales de Mediaset España** en su periodo de emisión, experimentando un **incremento del 11%** respecto a la primera edición del formato de leyendas. Además, el programa, que ha crecido hasta **más de 2,5 millones de seguidores en redes sociales**, ha registrado **más de 416 millones de visualizaciones** -superando a la pasada edición- y **más de 800.000 comentarios**, siendo tendencia en todas y cada una de sus emisiones.