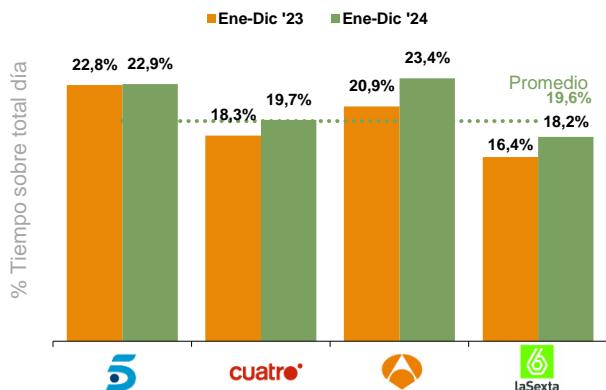


# Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Enero– Diciembre 2024

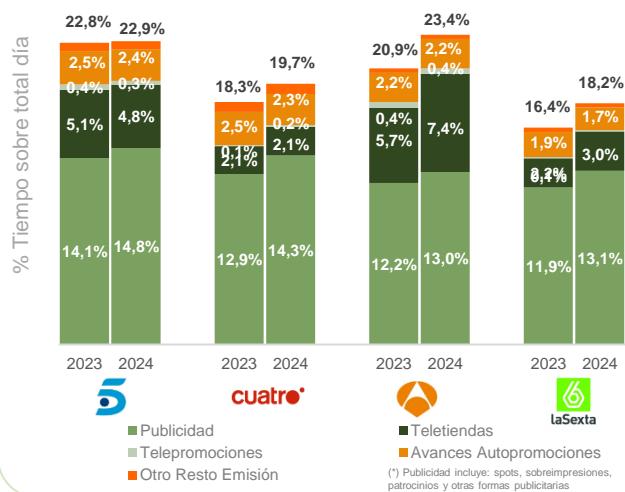
## CADENAS GENERALISTAS

### Resto de Emisión (%)

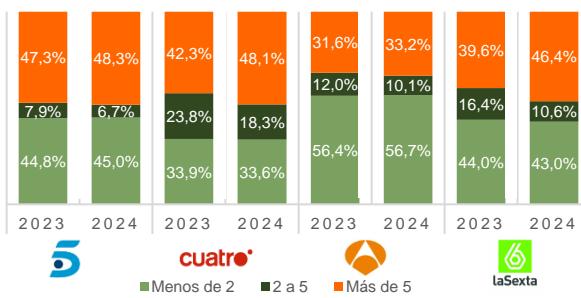


Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

### Formatos regulados LGCA (%)

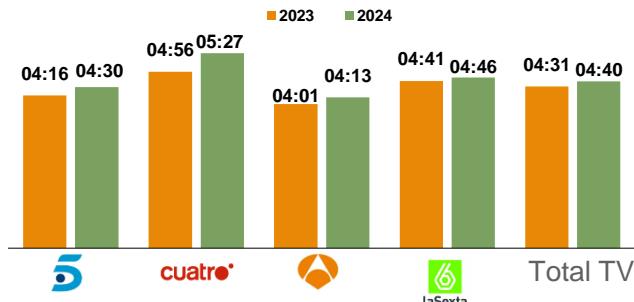


### Desglose bloques por duración (%)



Se han excluido del cálculo los bloques que constan de sólo una careta de patrocinio o de un avance de programación.  
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2).

### Duración media de los bloques (minutos)



Se han excluido del cálculo los bloques que constan sólo de una careta de patrocinio o de un avance de programación.  
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2).

### Ocupación publicitaria en los 5 programas de mayor audiencia (%)

Cadena	Título/Descripción	Fecha	Ocupación %
cuatro*	CAMPANADAS 2025	31/12/2024	3,1%
cuatro*	PASAPALABRA	15/05/2024	8,0%
cuatro*	EL HORMIGUERO	12/09/2024	1,4%
cuatro*	TU CARA ME SUENA	12/04/2024	12,7%
cuatro*	EL DESAFIO	14/01/2024	14,1%

Se ha considerado la emisión más vista de los programas de mayor audiencia, con duración mayor de 15 minutos de las cadenas nacionales excepto La1 y La2, excluyendo los programas deportivos e informativos.

### Bloque publicitario de mayor duración

Cadena: Cuatro

cuatro\*

Programa: En boca de todos

Día/hora: Jueves 04/01/2024 – 13:53:46



	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	0:15:46	00:14:46
Nº eventos	60	58

Fuente: Kantar Media (PyB, 4+ años).