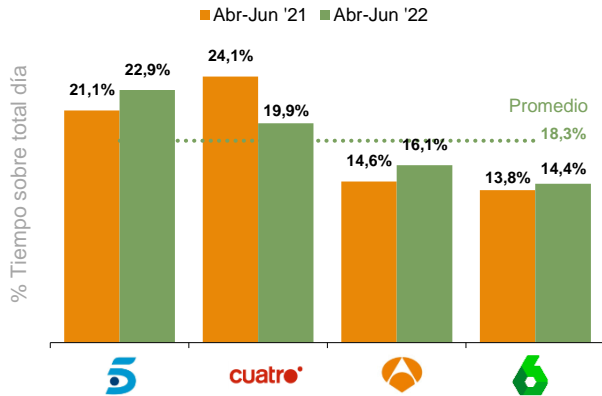


Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Abril- Junio 2022

CADENAS GENERALISTAS

Resto de Emisión (%)



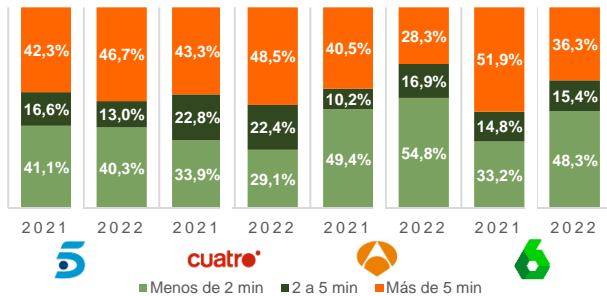
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

Formatos regulados LGCA (%)



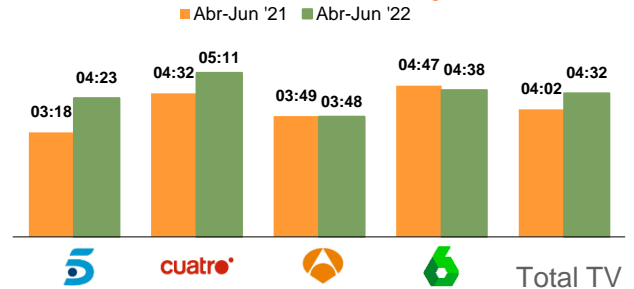
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

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 %
Antena 3	PASAPALABRA	05/04/2022	10,5%
Antena 3	EL HORMIGUERO 3.0	06/04/2022	10,7%
5	SUPERVIVIENTES	21/04/2022	19,3%
6	LOS BORBONES:UNA FAMILIA REAL	31/05/2022	7,3%
Antena 3	INFIEL	10/04/2022	10,9%

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.

Fuente: Kantar Media (PyB, 4+ años).

Bloque publicitario de mayor duración



Cadena: Antena 3

Programa: VOLVER EN PRIMAVERA

Día/hora: Domingo 01/05/2022 - 20:30:16



	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	00:13:35	00:12:06
Nº eventos	55	51