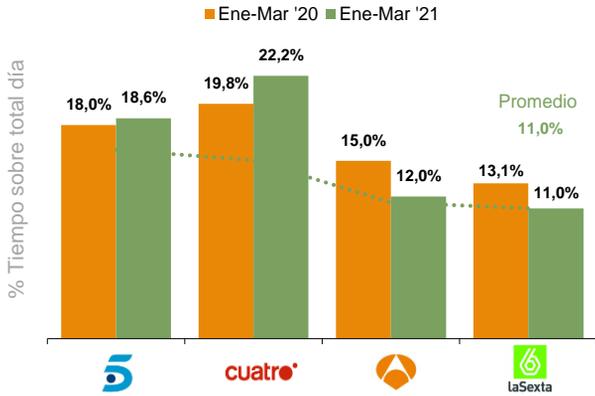


Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Enero – Marzo 2021

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 (%)



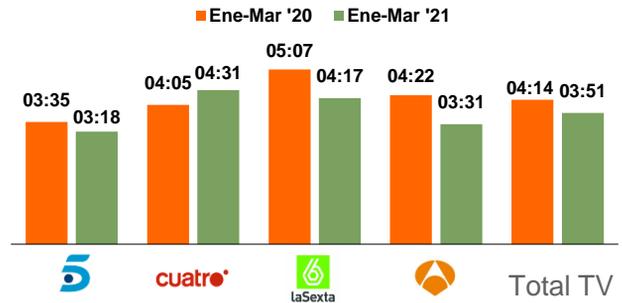
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

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 %
laSexta	PASAPALABRA	25/02/2021	6,9%
laSexta	EL HORMIGUERO 3.0	02/02/2021	1,1%
5	ROCIO.CONTAR LA VERDAD PARA S	21/03/2021	15,1%
laSexta	TU CARA ME SUENA	08/01/2021	11,4%
laSexta	EL DESAFIO:PREVIO	15/01/2021	0,3%

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: Telecinco



Programa: Sálvame Tomate



Día/ hora: Lunes 04/01/21- 20:31:32

	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	00:14:03	00:12:15
Nº eventos	57	56