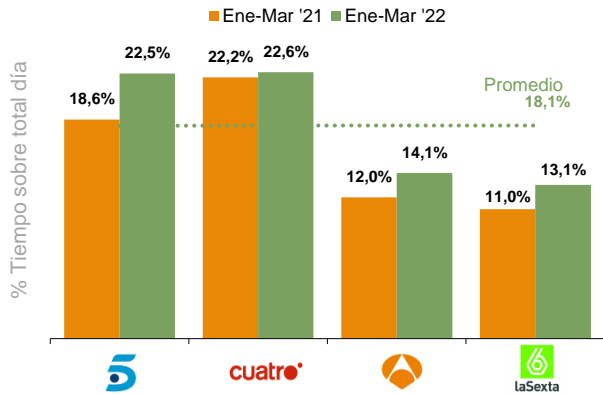


# Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Enero – Marzo 2022

## CADENAS GENERALISTAS

### Resto de Emisión (%)



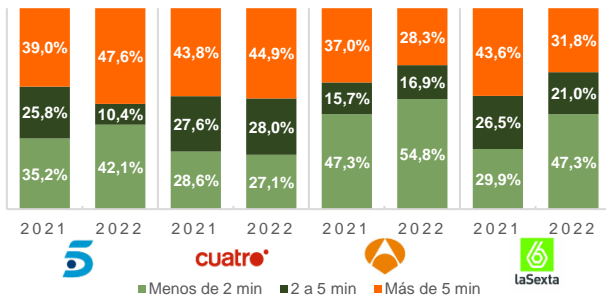
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

### Formatos regulados LGCA (%)



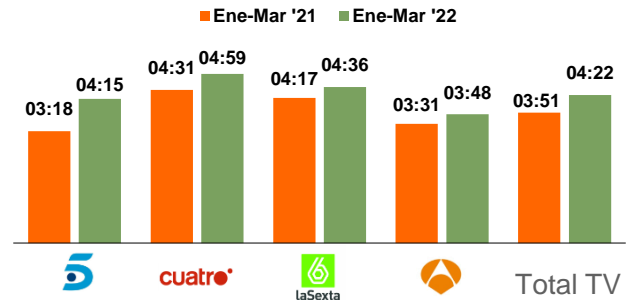
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

### 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 %
laSexta	PASAPALABRA	25/01/2022	10,5%
laSexta	EL HORMIGUERO 3.0	10/01/2022	10,3%
laSexta	TU CARA ME SUENA	04/03/2022	13,9%
laSexta	EL DESAFIO	11/03/2022	10,8%
laSexta	TU CARA ME SUENA: CALENTANDO MOTORES	04/03/2022	37,6%

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: La Sexta

Programa: La Sexta Deportes 2

Día/ hora: Lunes 28/02/22- 21:24:18



	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	00:11:46	00:10:45
Nº eventos	35	29