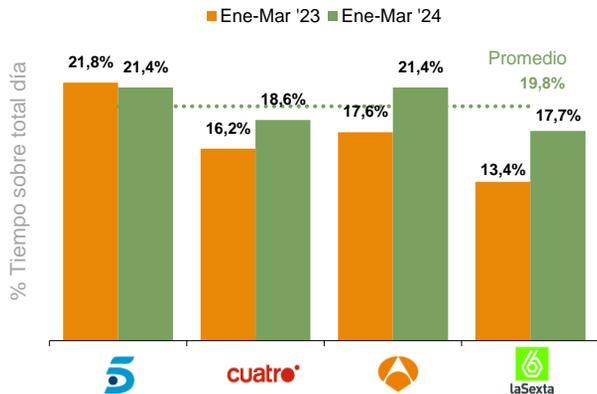


# Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Enero – Marzo 2024

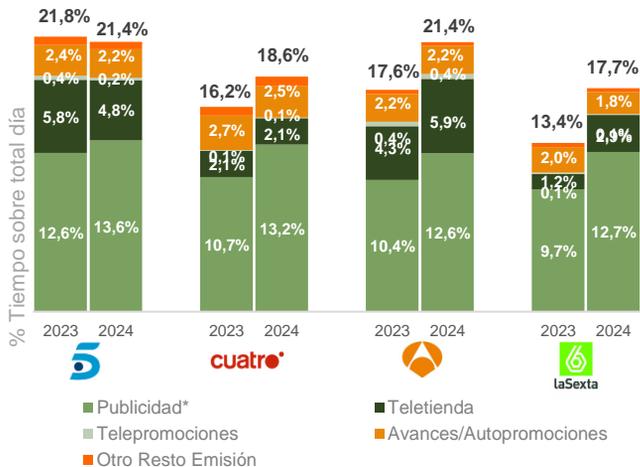
## CADENAS GENERALISTAS

### 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 (%)

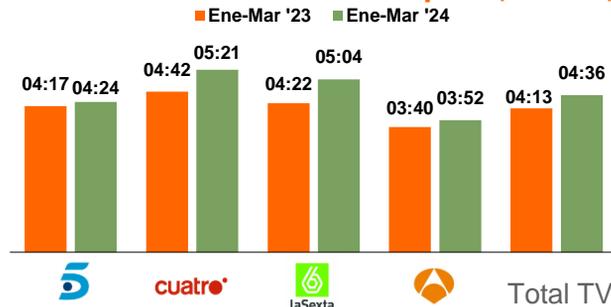


### Desglose bloques por duración (%)



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 %
laSexta	PASAPALABRA	22/01/2024	20,7%
laSexta	EL HORMIGUERO	07/02/2024	1,5%
laSexta	PASAPALABRA-NOCHE DE CAMPEONE	06/01/2024	0,4%
laSexta	LA RULETA DE LA SUERTE	09/02/2024	23,2%
5	SUPERVIVIENTES EXPRES	07/03/2024	17,6%

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.

Fuente: Kantar Media (PyB, 4+ años).

### Bloque publicitario de mayor duración

Cadena: Cuatro

Programa: En boca de todos

Día/ hora: Jueves 04/01/24 - 13:53:46

EN BOCA DE TODOS

	Resto de Emisión	Publicidad
<b>Duración</b>	00:15:46	00:14:46
<b>Nº eventos</b>	60	58