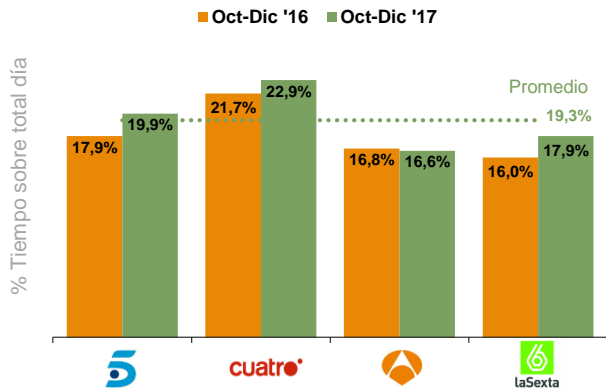


Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Octubre – Diciembre 2017

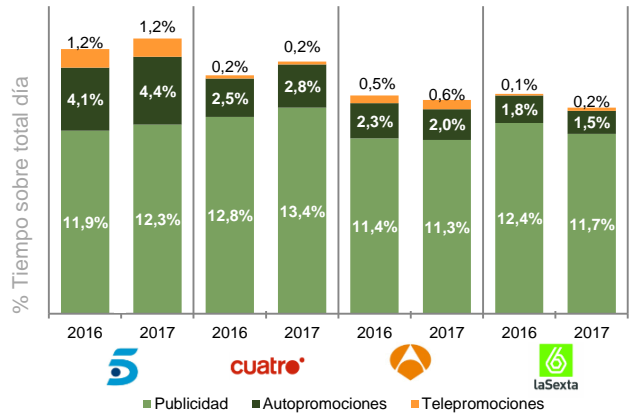
CADENAS GENERALISTAS

Resto de Emisión (%)



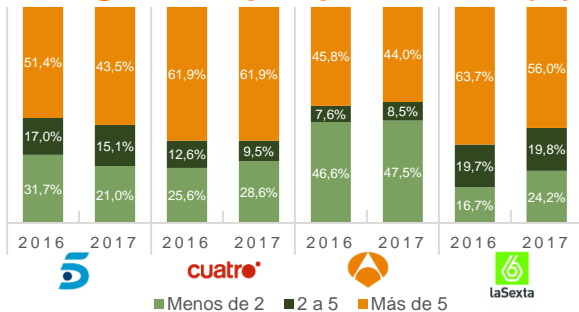
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

Formatos regulados LGCA (%)



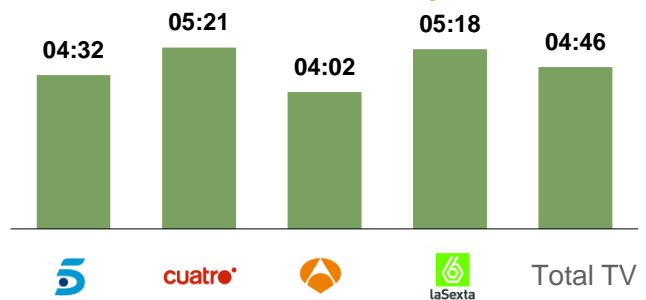
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

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 %
5	CINCUENTA SOMBRAS DE GREY	19/11/2017	16,2%
5	LA QUE SE AVECINA	04/10/2017	14,6%
Antena 3	EL HORMIGUERO 3.0	12/12/2017	11,7%
5	EL AMANECER DEL PLANETA DE LO	05/11/2017	16,4%
5	EL ACCIDENTE	28/11/2017	14,8%

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: Antena 3

Programa: El tiempo 2

Día/hora: Sábado 14/10/2017 - 21:44:58



	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	00:14:26	00:12:15
Nº eventos	51	44