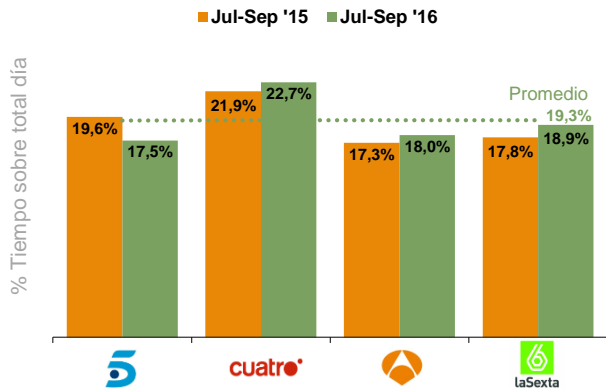


Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Julio – Septiembre 2016

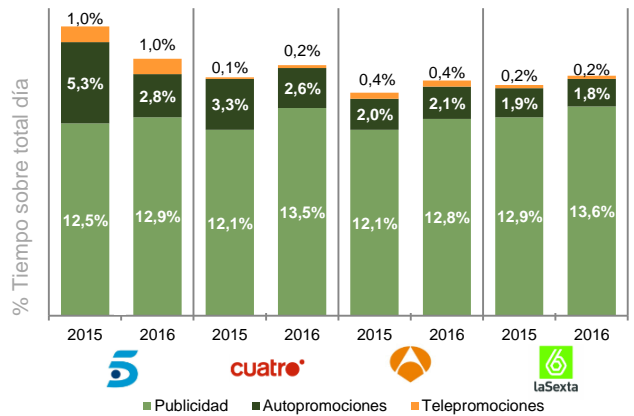
CADENAS GENERALISTAS

Resto de Emisión (%)



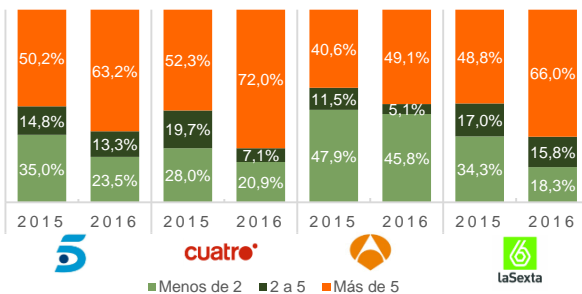
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

Formatos regulados LGCA (%)



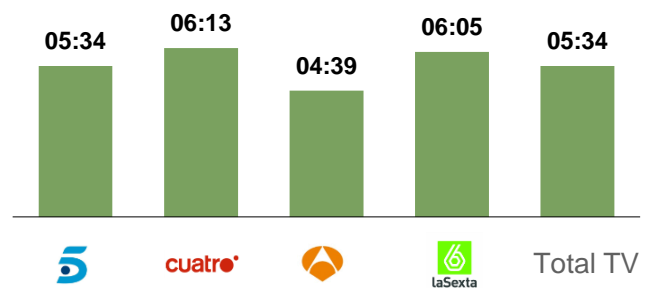
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

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	LA VOZ: AUDICIONES A CIEGAS	28/09/2016	23,3%
5	SUPERVIVIENTES	12/07/2016	20,8%
Antena 3	MAR DE PLASTICO	12/09/2016	8,8%
5	LA VOZ: AUDICIONES A CIEGAS EXP	28/09/2016	21,9%
5	MI CASA ES LA TUYA	12/09/2016	14,1%

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 Peliculón

Día/hora: Viernes 12/08/2016 - 22:00:18



	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	00:14:13	00:13:07
Nº eventos	59	56