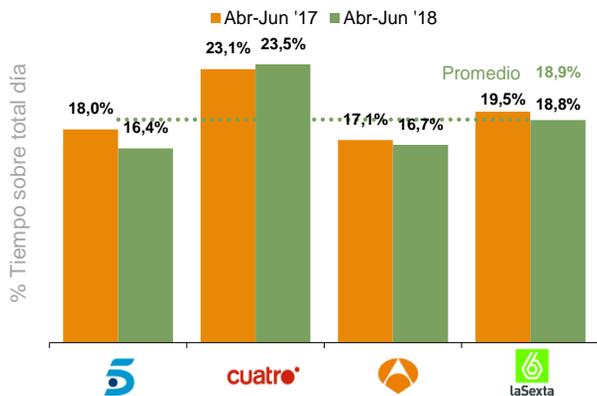


Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Abril- Junio 2018

CADENAS GENERALISTAS

Resto de Emisión (%)



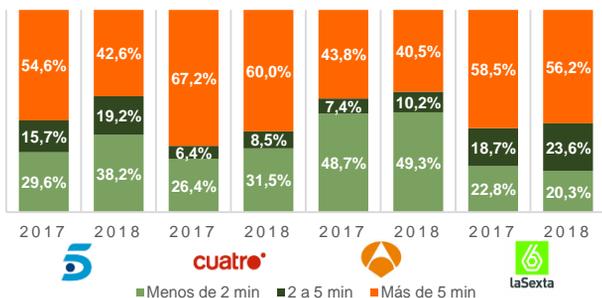
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

Formatos regulados LGCA (%)



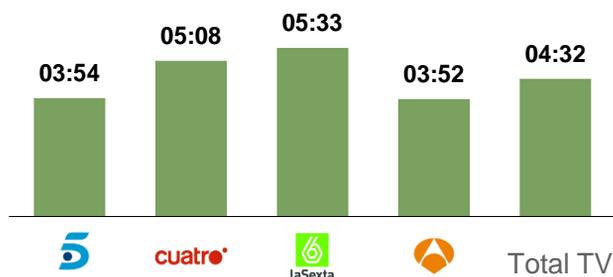
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

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	SUPERVIVIENTES	14/06/2018	19,0%
Antena 3	LA CATEDRAL DEL MAR	23/05/2018	9,2%
5	CINE / JURASSIC WORLD	06/06/2018	18,7%
5	SUPERVIVIENTES EXPRES	14/06/2018	23,8%
Antena 3	EL HORMIGUERO 3.0	29/05/2018	7,2%

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 - Ninja Warrior
Día/hora: Viernes 06/04/2018 - 21:51:08

	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	00:21:39	00:17:43
Nº eventos	73	65

Fuente: Kantar Media (PyB, 4+ años).