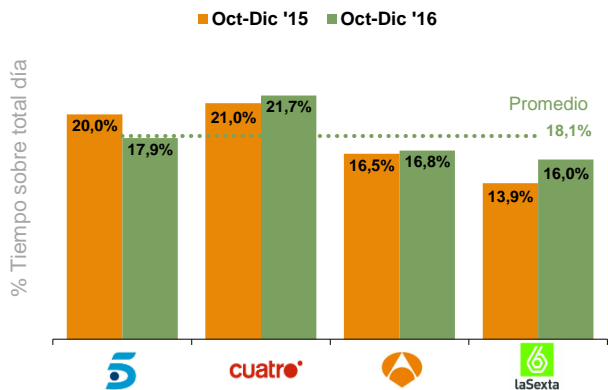


# Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Octubre – Diciembre 2016

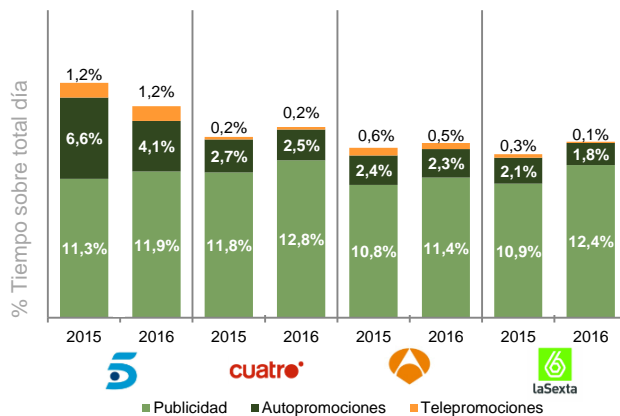
## CADENAS GENERALISTAS

### Resto de Emisión (%)



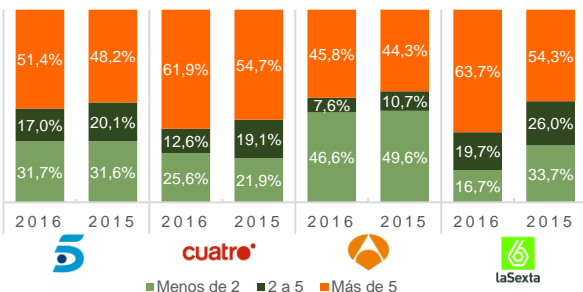
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

### Formatos regulados LGCA (%)



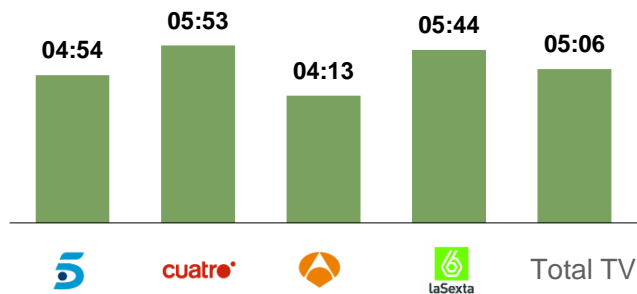
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

### 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 %
Antena 3	VELVET	21/12/2016	18,4%
5	LA QUE SE AVECINA	10/10/2016	12,5%
Antena 3	HOMBRES DE ELITE	04/12/2016	17,8%
Antena 3	TU CARA ME SUENA	25/11/2016	14,2%
5	EL NIÑO	08/11/2016	17,7%

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.

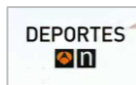
### Bloque publicitario de mayor duración

Cadena: Antena 3



Programa: Deportes

Día/hora: Viernes 07/10/2016 - 15:43:53



	Resto de Emisión	Publicidad
<b>Duración</b>	00:14:17	00:11:35
<b>Nº eventos</b>	55	42