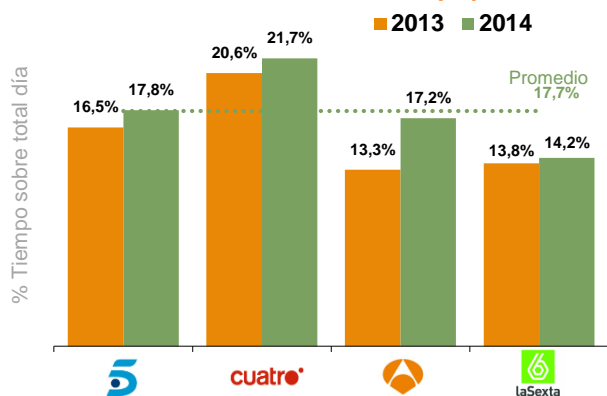


Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Julio – Septiembre 2014

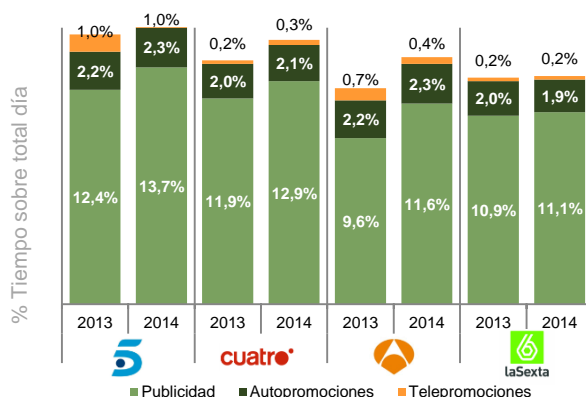
CADENAS GENERALISTAS

Resto de Emisión (%)



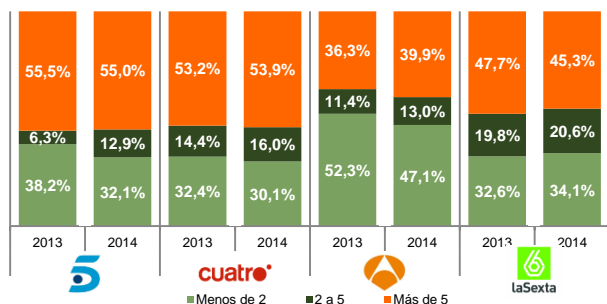
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

Formatos regulados LGCA (%)



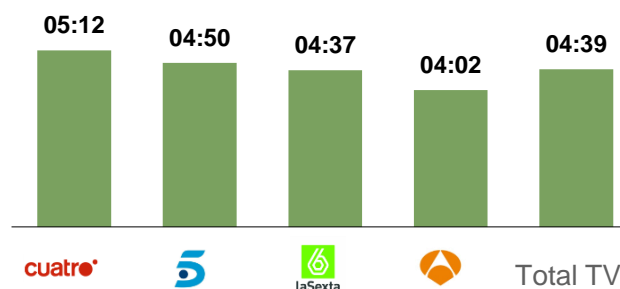
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

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	CHIRINGUITO DE PEPE	07/07/2014	6,9%
Antena 3	EL PELICULON / WAR HORSE	06/07/2014	13,4%
Antena 3	SIN IDENTIDAD	03/07/2014	17,9%
5	PEQUEÑOS GIGANTES	09/09/2014	18,0%
Antena 3	EL HORMIGUERO 3.0	23/09/2014	12,6%

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.

Bloque publicitario de mayor duración



Cadena: Antena 3

Programa: ¡Ahora caigo!

Día/hora: Viernes 12/09/2014 - 19:22:41

	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	00:17:13	00:12:25
Nº eventos	55	40