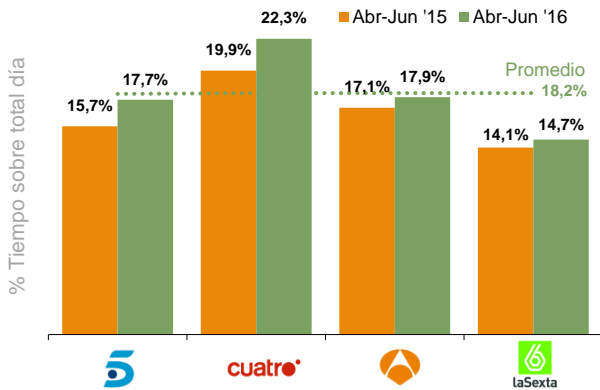


Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Abril – Junio 2016

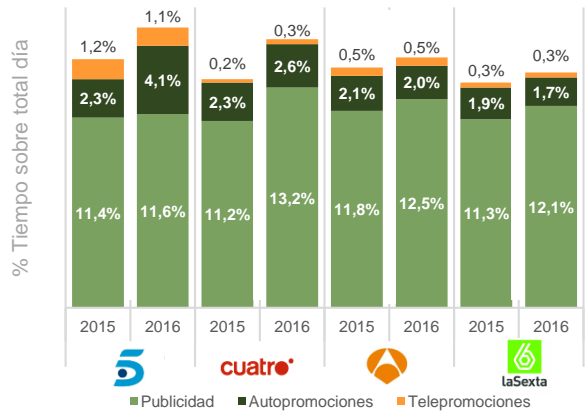
CADENAS GENERALISTAS

Resto de Emisión (%)



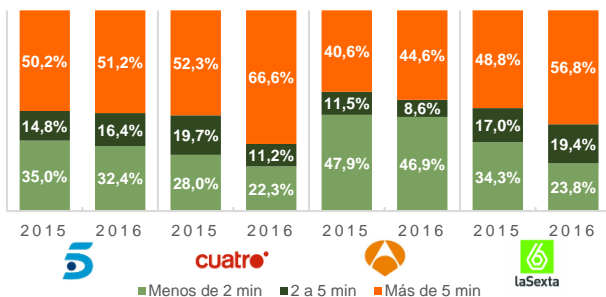
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

Formatos regulados LGCA (%)



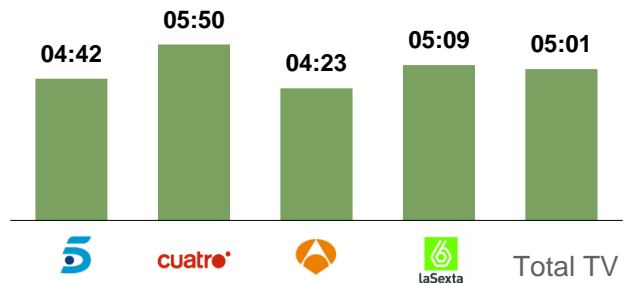
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

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	EL PRINCIPE	20/04/2016	24,7%
5	LA QUE SE AVECINA	05/04/2016	10,2%
Antena 3	LA EMBAJADA	25/04/2016	8,9%
5	MI CASA ES LA TUYA	09/05/2016	10,0%
5	SUPERVIVIENTES	21/04/2016	13,3%

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: Espejo Público		
Día/hora: Lunes 25/04/2016 - 10:37:59		
	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	00:14:56	00:13:05
Nº eventos	56	49

Fuente: Kantar Media (PyB, 4+ años).