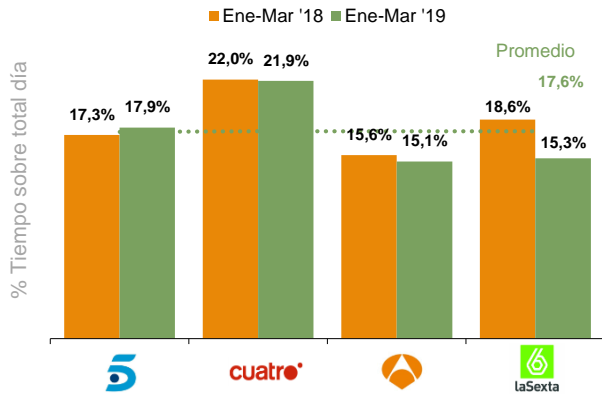


# Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Enero – Marzo 2019

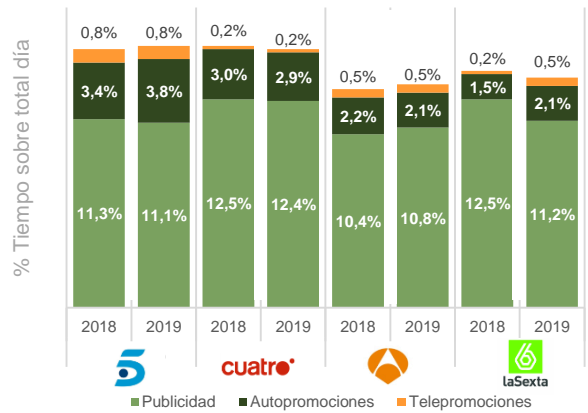
## CADENAS GENERALISTAS

### Resto de Emisión (%)



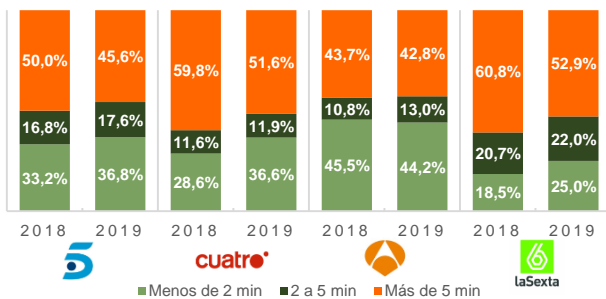
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

### Formatos regulados LGCA (%)



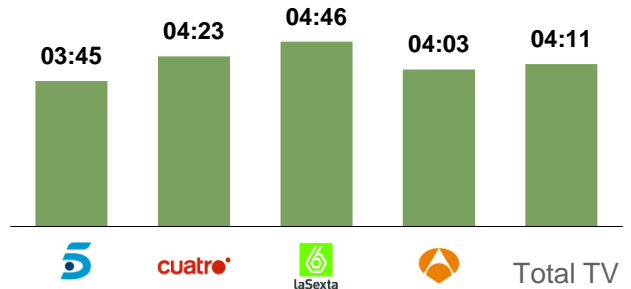
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

### 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	LA VOZ: AUDICIONES	07/01/2019	9,8%
5	PASAPALABRA	22/01/2019	17,2%
Antena 3	EL HORMIGUERO 3.0	04/02/2019	10,8%
Antena 3	MATADERO, UN THRILLER IBERICO	09/01/2019	10,2%
5	GH DUO: EXPRESS	07/03/2019	17,1%

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 tiempo 2 y Series Atresmedia

Día/hora: Domingo 24/03/2019 - 21:48:06



	Resto de Emisión	Publicidad
<b>Duración</b>	00:24:31	00:21:08
<b>Nº eventos</b>	85	73