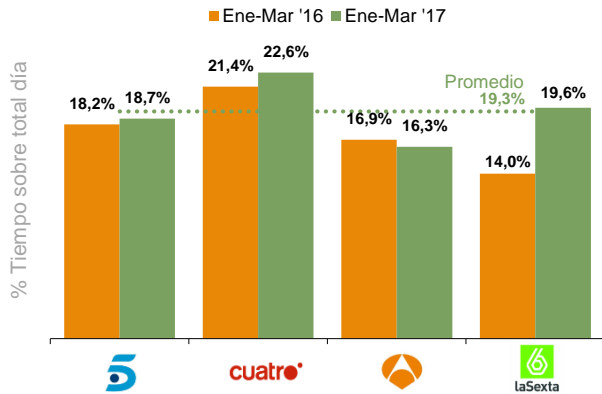


Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Enero – Marzo 2017

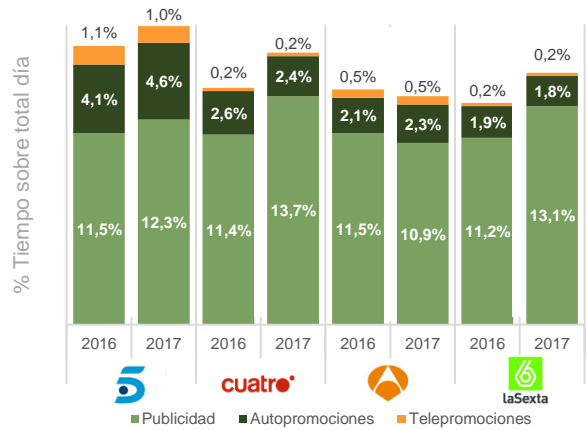
CADENAS GENERALISTAS

Resto de Emisión (%)



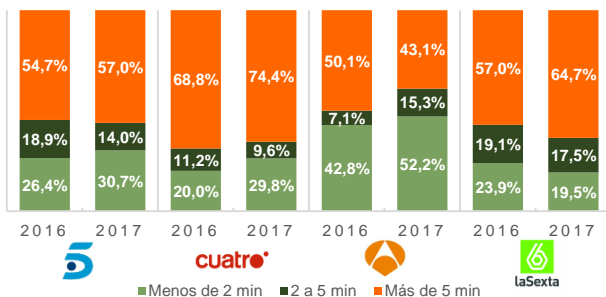
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

Formatos regulados LGCA (%)



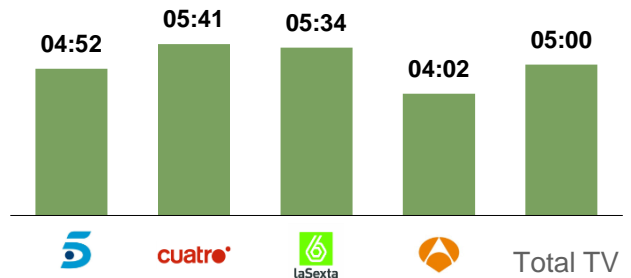
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

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 %
laSexta	EL HORMIGUERO 3.0	30/01/2017	10,0%
laSexta	TU CARA ME SUENA	03/03/2017	13,4%
laSexta	ALLI ABAJO	20/03/2017	8,8%
laSexta	PERDIENDO EL NORTE	29/01/2017	17,3%
5	LA VOZ KIDS: AUDICIONES A CIEGAS	10/03/2017	18,4%

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: La Sexta

Programa: El pacto de los lobos

Día/hora: Sábado 25/03/2017 - 16:16:09



	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	00:14:12	00:12:27
Nº eventos	54	50