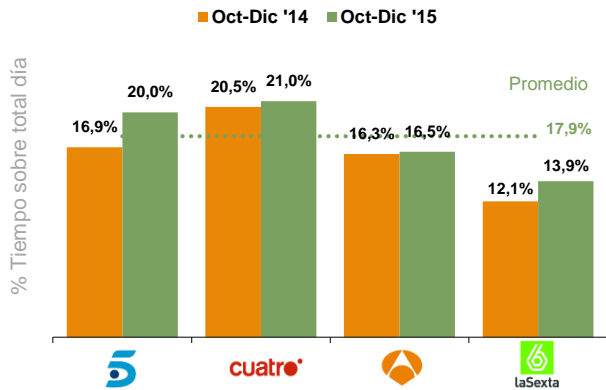


Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Octubre – Diciembre 2015

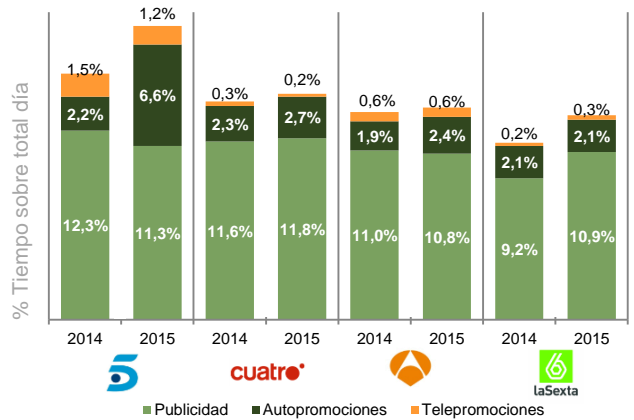
CADENAS GENERALISTAS

Resto de Emisión (%)



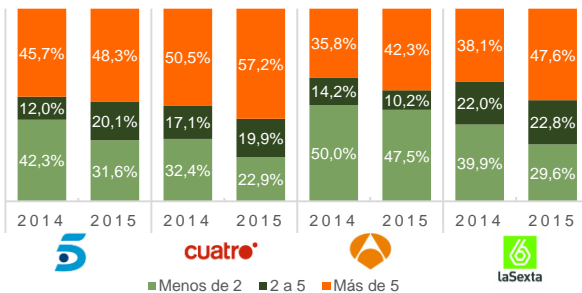
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

Formatos regulados LGCA (%)



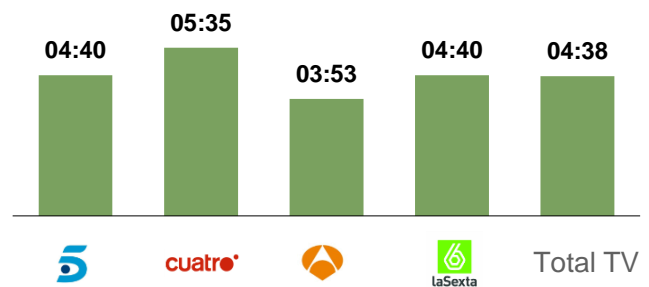
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

Desglose bloques por duración (%)



Se han excluido del cálculo los bloques que constan sólo de 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	OCHO APELLIDOS VASCOS	11/11/2015	18,9%
5	LA VOZ KIDS: FINAL	26/10/2015	19,1%
5	LA VOZ KIDS	19/10/2015	19,2%
5	LA VOZ KIDS EXPRES	26/10/2015	27,3%
9	EL HORMIGUERO 3.0	16/11/2015	11,1%

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: La Sexta

Programa: "La batalla de los Ángeles"

Día/hora: Miércoles 31/10/2015 - 18:29:29



	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	00:15:18	00:12:01
Nº eventos	54	45