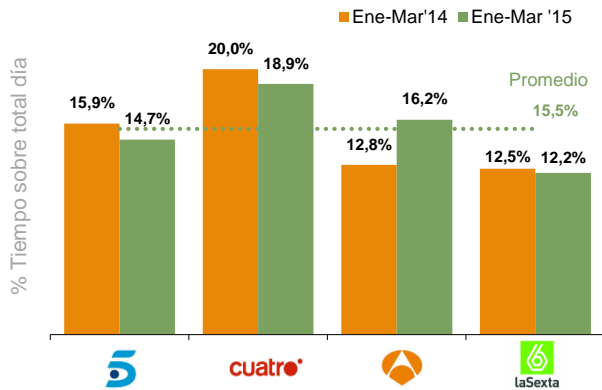


Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Enero – Marzo 2015

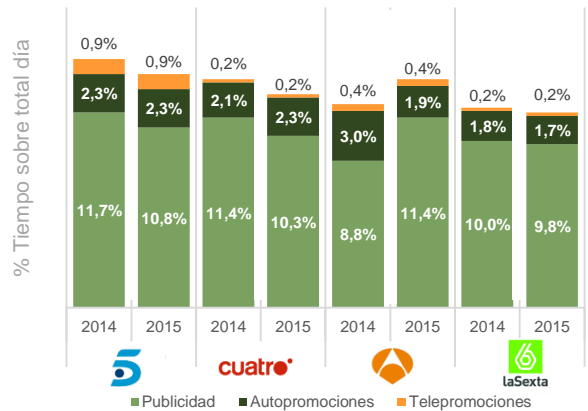
CADENAS GENERALISTAS

Resto de Emisión (%)



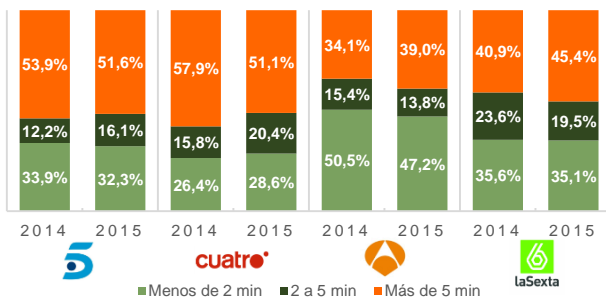
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

Formatos regulados LGCA (%)



Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

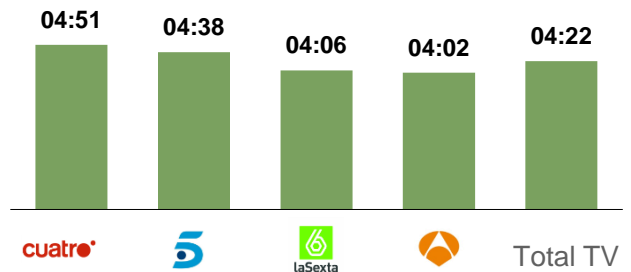
Desglose bloques por duración (%)



Se han excluido del cálculo los bloques que constan 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	EL PELICULON	01/01/2015	17,7%
5	GH VIP	26/03/2015	14,6%
Antena 3	VELVET	23/02/2015	20,8%
5	LA VOZ: AUDICIONES A CIEGAS	30/03/2015	13,7%
5	GH VIP: EXPRESS	26/03/2015	7,7%

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: Multicine: Asesinato en la isla

Día/hora: Sábado 03/01/2015 - 19:44:58

	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	00:14:15	00:12:05
Nº eventos	56	49