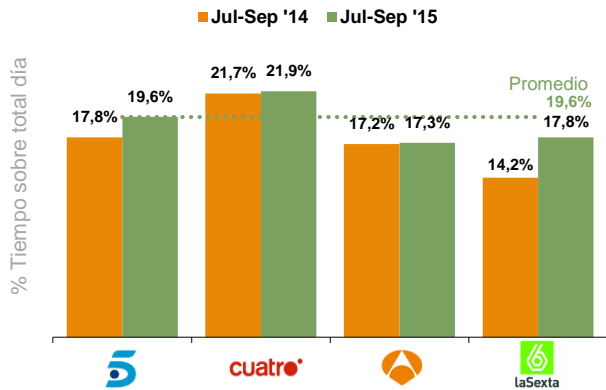


# Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Julio – Septiembre 2015

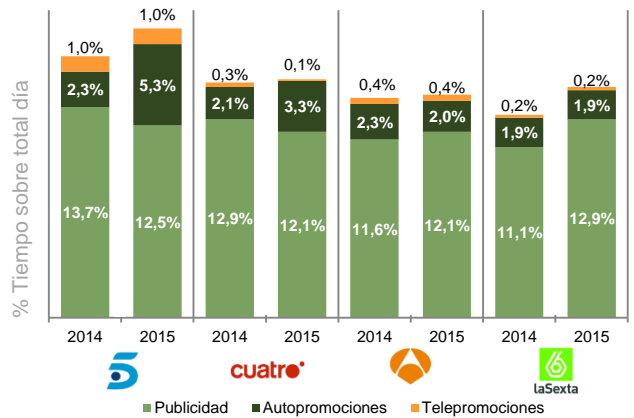
## CADENAS GENERALISTAS

### Resto de Emisión (%)



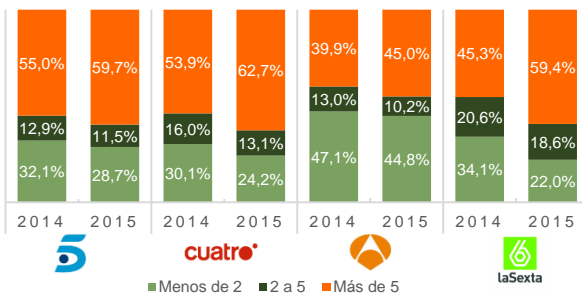
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

### Formatos regulados LGCA (%)



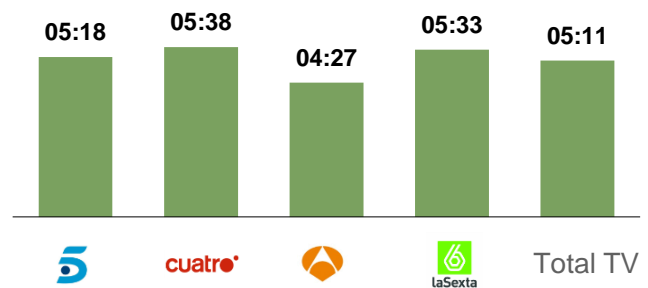
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

### 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 %
5	LA VOZ KIDS: AUDICIONES A CIEGAS	14/09/2015	66,6%
5	LA VOZ KIDS	07/09/2015	21,8%
Antena 3	MAR DE PLASTICO	22/09/2015	8,6%
5	LA VOZ KIDS EXPRES	28/09/2015	24,5%
Antena 3	EL PELICULON	06/09/2015	15,0%

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: Bloque entre "Deportes" y "Tu Tiempo con Roberto Braseró"



Día/hora: Miércoles 08/07/2015 - 15:46:35



	Resto de Emisión	Publicidad
<b>Duración</b>	00:20:08	00:17:16
<b>Nº eventos</b>	61	57