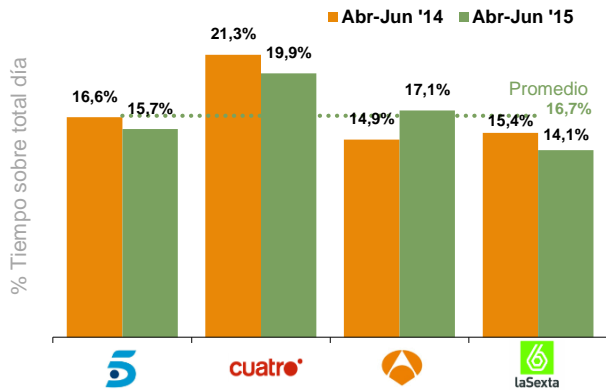


# Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Abril – Junio 2015

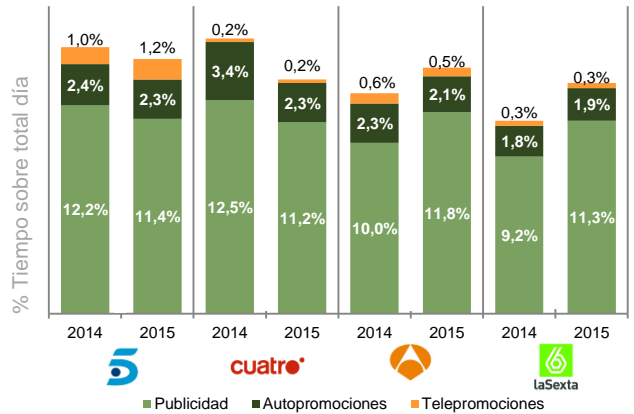
## CADENAS GENERALISTAS

### Resto de Emisión (%)



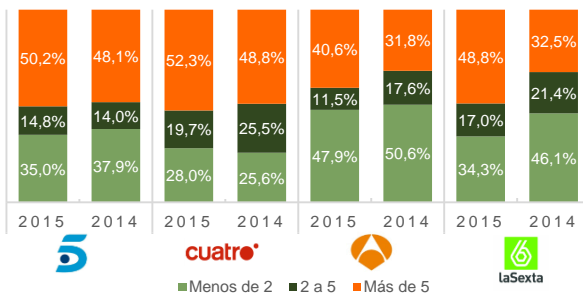
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

### Formatos regulados LGCA (%)



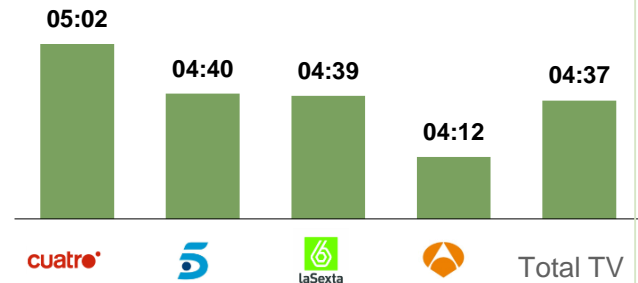
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

### 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 %
laSexta	ALLI ABAJO	07/04/2015	0,8%
5	EL PRINCIPE	21/04/2015	13,9%
laSexta	VIS A VIS	20/04/2015	0,0%
5	ANCLADOS	01/06/2015	12,6%
5	LA QUE SE AVECINA	18/05/2015	18,8%

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 Sexta Noticias 20H

Día/hora: Sábado 31/05/2015 - 20:45:22

	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	00:28:57	00:23:45
Nº eventos	89	78