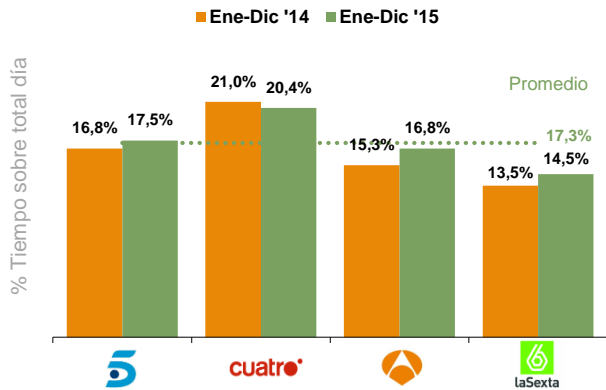


# Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Enero– Diciembre 2015

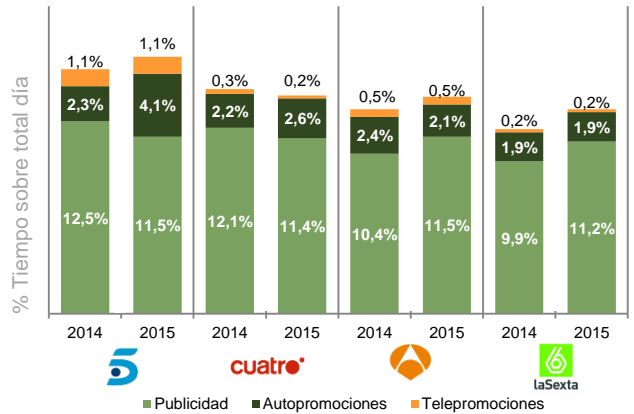
## CADENAS GENERALISTAS

### Resto de Emisión (%)



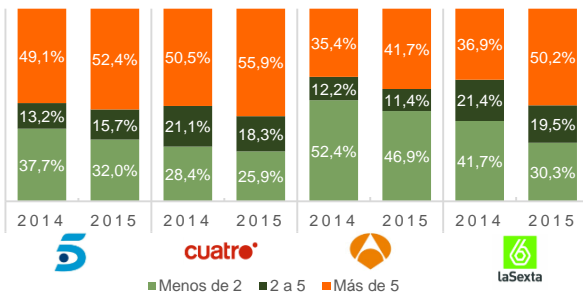
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

### Formatos regulados LGCA (%)



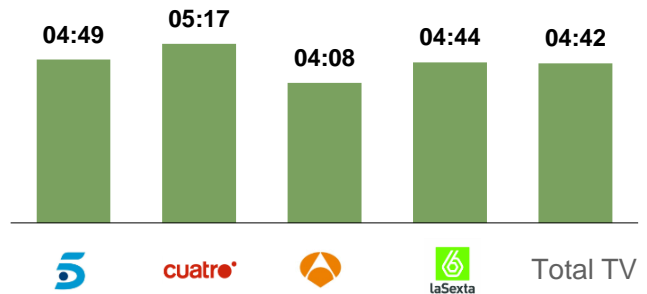
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

### 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 %
9	THE KARATE KID	01/01/2015	17,7%
9	ALLI ABAJO	07/04/2015	0,8%
5	OCHO APELLIDOS VASCOS	11/11/2015	18,9%
5	EL PRINCIPE	21/04/2015	13,9%
5	GH VIP	26/03/2015	14,6%

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
<b>Duración</b>	00:28:57	00:23:45
<b>Nº eventos</b>	89	78