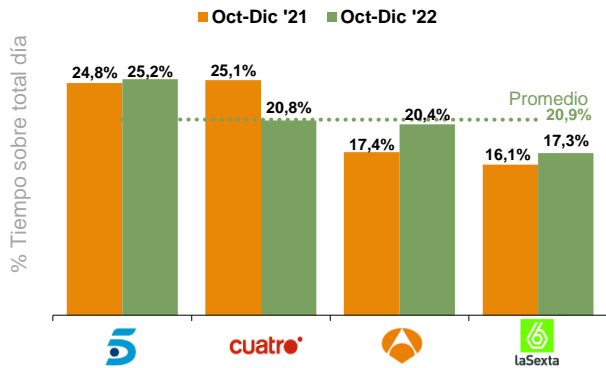


# Resumen Ejecutivo Observatorio aea Televisión

Octubre – Diciembre 2022

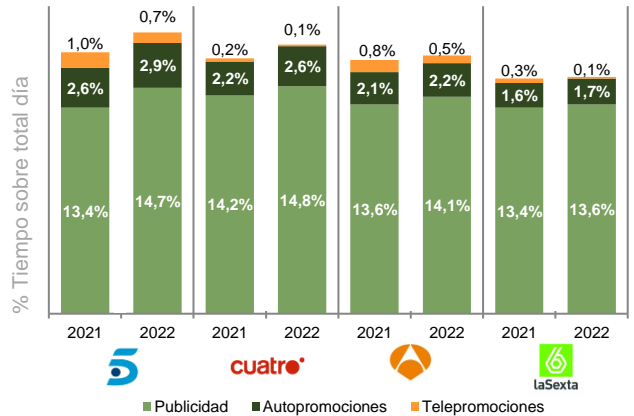
## CADENAS GENERALISTAS

### Resto de Emisión (%)



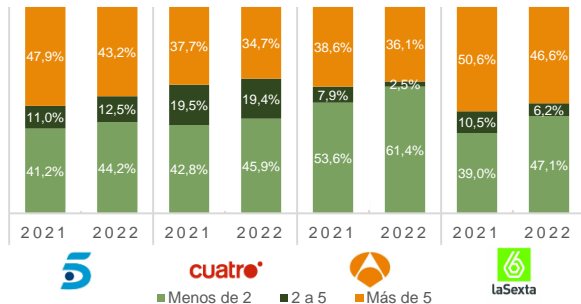
Resto de Emisión: Incluye avances de programación, autopromoción, teletienda, sobreimpresiones, patrocinios, telepromociones, spots convencionales y otras nuevas formas publicitarias.

### Formatos regulados LGCA (%)



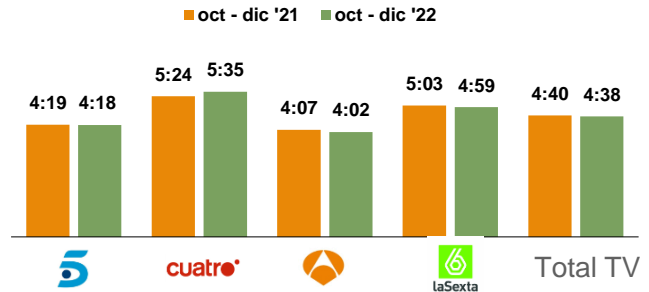
Publicidad: Incluye spots convencionales y sobreimpresiones.

### 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	¡FELIZ 2023!	31/12/2022	19,1%
Antena 3	PASAPALABRA	14/11/2022	17,9%
Antena 3	EL HORMIGUERO	20/12/2022	11,6%
Antena 3	CANTANDO AL 2023	31/12/2022	19,0%
Antena 3	#EL NOVATO	05/10/2022	10,0%

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: Amar es para siempre

Día/hora: Jueves 29/12/2022 - 17:00:22



	Resto de Emisión	Publicidad
Duración	00:15:55	00:15:16
Nº eventos	67	65

Fuente: Kantar Media (PyB, 4+ años).