

Ocupación publicitaria y promocional en radio y televisión

De acuerdo con los datos proporcionados por el Observatorio aea de la publicidad, la ocupación de los contenidos no programáticos en ambos medios, durante el periodo octubre-diciembre 2022 es la siguiente:

En este trimestre Onda Cero es la cadena que ha emitido más "resto de emisión" y publicidad. Cope lidera la duración media de bloques situándose en 4'29".

Radio	Cuñas	Menciones	Microespacios	Microprogramas	Autopublicidad
COPE	10,9	1,0	0,6	0,5	1,5
OCR	12,9	1,0	0,4	0,7	1,3
SER	9,9	0,7	0,7	0,1	2,3

En cuanto a las temáticas el "resto de emisión" crece en todas las cadenas excepto en Europa FM y Cadena 100.

En televisión, el "resto de emisión" lo lidera Telecinco. Respecto a la publicidad todas las cadenas incrementan los tiempos frente al mismo periodo de 2021, especialmente Telecinco, y se sigue apreciando, como en el trimestre anterior, un leve incremento en el tiempo dedicado a las Autopromociones en todas las cadenas.

Televisión	Resto programación	Publicidad	Telepromoción	Autopromoción	Avances
					Patrocinios Otros
Tele 5	25,2	14,9	2,7	0,7	3,5
Cuatro	20,8	14,8	2,6	0,1	3,3
Antena 3	20,4	14,1	2,2	0,5	3,6
La Sexta	18,3	13,6	1,7	0,1	2,9

El bloque publicitario de mayor duración lo ha emitido Antena 3 alcanzando los 15'.