

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CAE UN -50,1% EN EL MES DE ABRIL DE 2020

- Todos los medios presentan evoluciones negativas durante el segundo mes de confinamiento por el COVID-19 respecto al mismo periodo del año anterior.

EVOLUCIÓN ABRIL 2019 vs. ABRIL 2020

Durante el mes de abril de 2020, segundo mes de confinamiento por la crisis sanitaria, la inversión publicitaria ha descendido hasta los 243,1 millones de euros, un 50,1% menos que en el periodo equivalente del año anterior cuando el volumen registrado fue de 487,1 millones de euros.

Como recordatorio incidir en que se incluyen en los datos de la presente nota de prensa aquellos medios y soportes no controlados directamente por InfoAdex en base a datos declarativos del mercado publicitario. Por ello los datos que aquí se presentan podrán no coincidir con aquellos que se extraigan de las herramientas que InfoAdex pone a disposición de los usuarios de su información. Los medios más afectados por esta medida son Radio, Exterior y Digital, éste último por la inclusión de datos de Search y Redes Sociales.

Digital, que ocupa la primera posición como primer medio por volumen de inversión publicitaria durante el mes de abril, ha experimentado un decremento del -27,9% frente al mes de abril de 2019, obteniendo 137,7 millones de euros. Dentro de Digital el mejor comportamiento lo tiene Redes Sociales, con un descenso del -11,0% pasando de los 49,2 millones de euros en el mes de abril de 2019 a los 43,8 millones del mes analizado. Search, decrece un -30,3% con una inversión de 50,4 millones frente a los 72,3 millones de euros que obtuvo en el mismo periodo de 2019. Websites, antes denominado Internet, que incluye Display y Video, tendría un descenso algo mayor, del -37,3%, pasando de una cifra de 69,4 millones de euros a 43,5 millones en el cuarto mes del ejercicio actual.

Medios (incluye soportes no controlados)	Abr 2019	Abr 2020	% evol.
Cine	1,6	0,0	-100,0
Diarios	34,4	17,7	-48,7
Dominicales	1,9	0,3	-84,8
Exterior	31,7	1,6	-94,9
Radio	43,3	18,7	-56,8
Revistas	18,9	5,6	-70,5
Televisión	164,5	61,6	-62,6
Total Digital	190,9	137,7	-27,9
Search	72,3	50,4	-30,3
Websites (Display + Video) (*)	69,4	43,5	-37,3
Redes Sociales	49,2	43,8	-11,0
Total medios	487,1	243,1	-50,1

Fuente InfoAdex, S.A./ Millones de euros.
(*) Antes denominado Internet

El segundo medio por volumen sería Televisión que aglutina una inversión publicitaria de 61,6 millones de euros, con un -62,6% menos que los 164,5 millones de euros del mismo periodo del 2019. Radio, que ocupa el tercer lugar por inversión, se sitúa en 18,7 millones, por encima del cuarto medio, Diarios, cuya cifra asciende en el cuarto mes del ejercicio a 17,7 millones de euros y supone una caída del -48,7% sobre la cifra

correspondiente al año anterior. El medio Revistas decrece un -70,5% su volumen de inversión publicitaria. Exterior, sexto medio por volumen de inversión, decrece su cifra un -94,9%. Exterior y Cine, éste último sin actividad durante el mes de abril, son los dos medios más afectados por la crisis sanitaria actual y las medidas adoptadas. Por último, suplementos y dominicales, registra 0,3 millones de euros, un descenso del -84,8% respecto al mismo periodo del año anterior.

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN LOS MEDIOS CONTROLADOS POR INFOADEX

Centrándonos ahora en los medios controlados por InfoAdex vemos que estos medios habrían disminuido su inversión un -59,6% pasando de 353,3 millones de euros en el mes de abril de 2019 a los 142,9 millones del mes de abril de este año. En la siguiente tabla se observa cómo se ha distribuido la inversión por medios durante el pasado mes de abril y su comparativa respecto al mismo periodo del año anterior.

Medios	Abr 2019	Abr 2020	% evol.
Cine	1,6	0,0	-100,0
Diarios	34,4	17,7	-48,7
Websites (no incluye RR.SS y Search) (*)	65,2	40,9	-37,3
Exterior	23,5	1,2	-94,9
Radio	37,3	15,8	-57,7
Revistas	18,9	5,6	-70,5
Suplementos y Dominicales	1,9	0,3	-84,8
Televisión	170,4	61,5	-63,9
Total medios	353,3	142,9	-59,6

Fuente InfoAdex, S.A./ Millones de euros.
(*) Antes denominado Internet

EVOLUCIÓN MARZO 2020 vs. ABRIL 2020

Analizando ahora la evolución mes a mes en el ejercicio actual, en el mes de abril de 2020, segundo mes de confinamiento por la crisis sanitaria, la inversión publicitaria habría descendido hasta los 243,1 millones de euros, lo que supone un 40,1% menos que el mes anterior, marzo, cuando comenzó el estado de alarma y la inversión alcanzó una cifra de 405,6 millones.

Medios (incluye soportes no controlados)	Mar 2020	Abr 2020	% evol.
Cine	0,7	0,0	-100,0
Diarios	18,9	17,7	-6,4
Dominicales	1,3	0,3	-77,7
Exterior	20,4	1,6	-92,1
Radio	28,3	18,7	-34,1
Revistas	16,3	5,6	-65,9
Televisión	139,5	61,6	-55,9
Total Digital	180,2	137,7	-23,6
Search	60,7	50,4	-17,0
Websites (Display + Video) (*)	59,1	43,5	-26,4
Redes Sociales	60,4	43,8	-27,5
Total medios	405,6	243,1	-40,1

Fuente InfoAdex, S.A./ Millones de euros.
(*) Antes denominado Interne

Digital, que ocupa la primera posición, ha experimentado un decremento del -23,6% frente al mes de marzo obteniendo 137,7 millones de euros. El segundo lugar es para el medio Televisión que alcanza una inversión publicitaria de 61,6 millones de euros, con un -55,9% menos que los 139,5 millones de euros del mes de marzo. Radio, que ocupa el tercer lugar por inversión, presenta una caída en abril del -34,1% frente al mes anterior. Diarios, cuya cifra asciende en el cuarto mes del ejercicio a 17,7 millones de euros, presenta el mejor comportamiento mes a mes de entre todos los medios con una caída del -6,4%. En el caso de Revistas su cifra supone una caída del -65,9% sobre la cifra correspondiente al mes anterior y el medio Exterior decrece un -92,1% su volumen de inversión publicitaria. Suplementos y dominicales, registra 0,3 millones de euros durante el mes de abril y un descenso del -77,7% respecto al mes anterior. Por último, el medio Cine, dado el cese de la actividad de las salas, no obtiene cifra de inversión.

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN LOS MEDIOS CONTROLADOS POR INFOADEX

Igualmente podemos analizar la evolución mes a mes entre marzo y abril de 2020 en los medios controlados por InfoAdex, que se detalla en la siguiente tabla.

Medios	Mar 2020	Abr 2020	% evol.
Cine	0,7	0,0	-100,0
Diarios	18,9	17,7	-48,7
Websites (no incluye RR.SS y Search) (*)	55,6	40,9	-26,5
Exterior	15,1	1,2	-92,1
Radio	24,4	15,8	-35,4
Revistas	16,3	5,6	-65,9
Suplementos y Dominicales	1,3	0,3	-77,7
Televisión	139,5	61,5	-55,9
Total medios	271,8	142,9	-47,4

Fuente InfoAdex, S.A./ Millones de euros.
(*) Antes denominado Internet.

En este caso el total medios habría mostrado una evolución negativa para el mes de abril de un -47,4% frente al mes anterior.