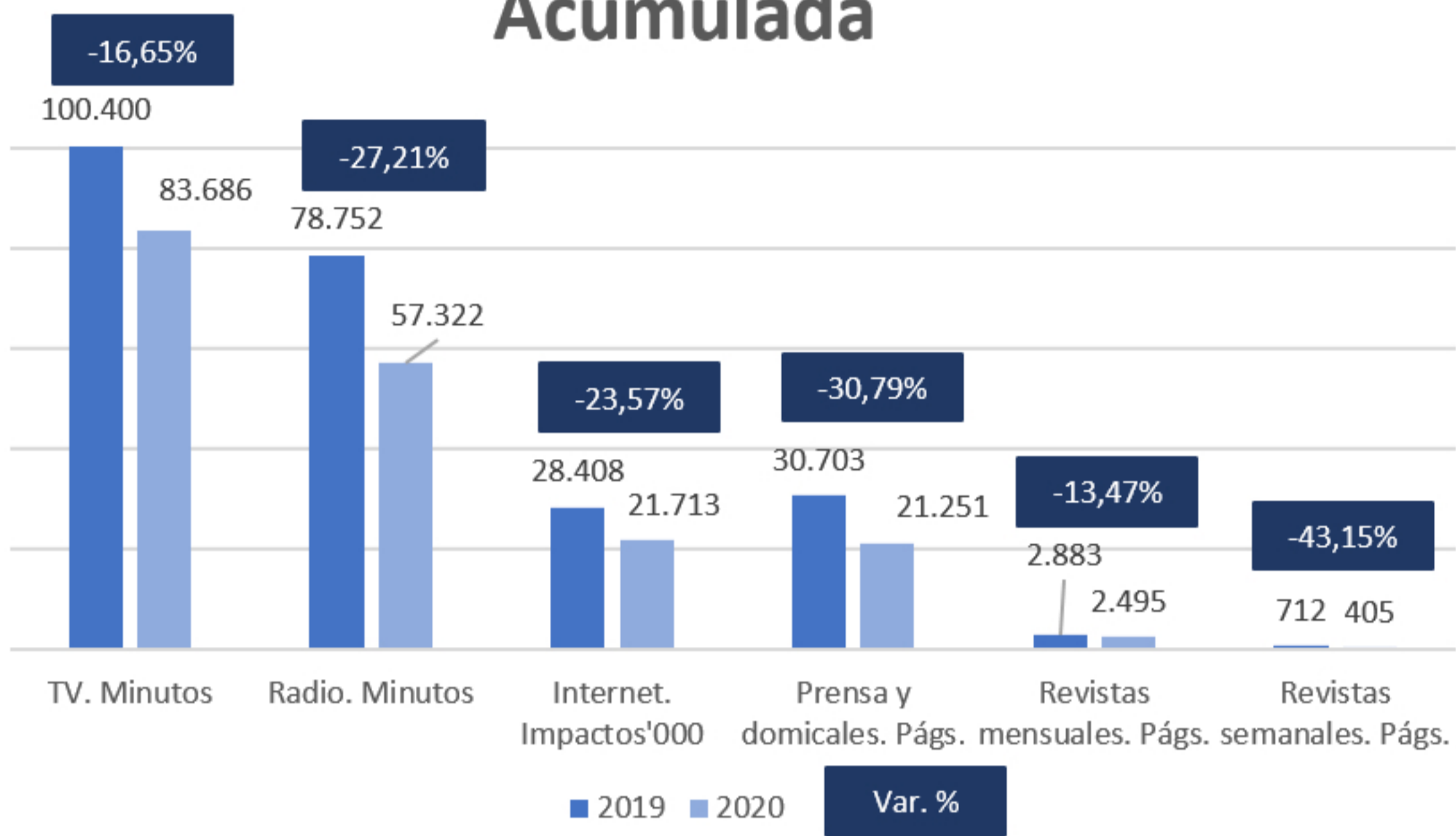


Impacto del Covid'19 / 1-31 Marzo

Ocupación por medios

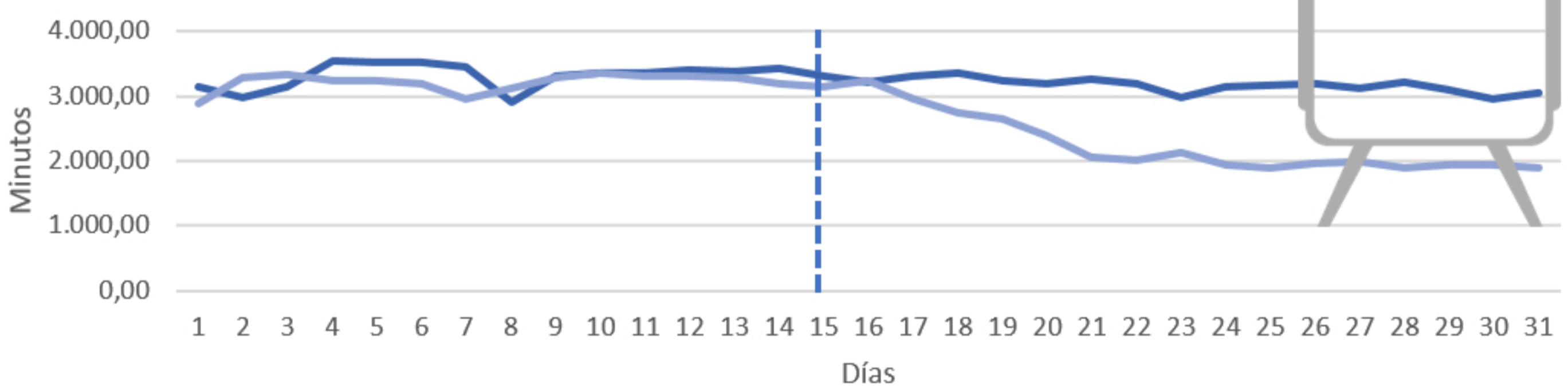
- La declaración del estado de alarma, motivado por la pandemia del Covid'19, se publicó en el B.O.E. el 14 de marzo de 2020.
- El efecto en la inversión publicitaria está afectando al mercado publicitario de modo heterogéneo, presentando efectos diferenciados entre los medios y sectores que lo componen.
- Presentamos sintéticamente lo acontecido, poniendo el foco en la evolución de, la ocupación por medios, e inserciones por sector registrados, versus lo acontecido en marzo de 2019 y, en 2020, con anterioridad y posterioridad a la declaración del estado de alerta.

Acumulada

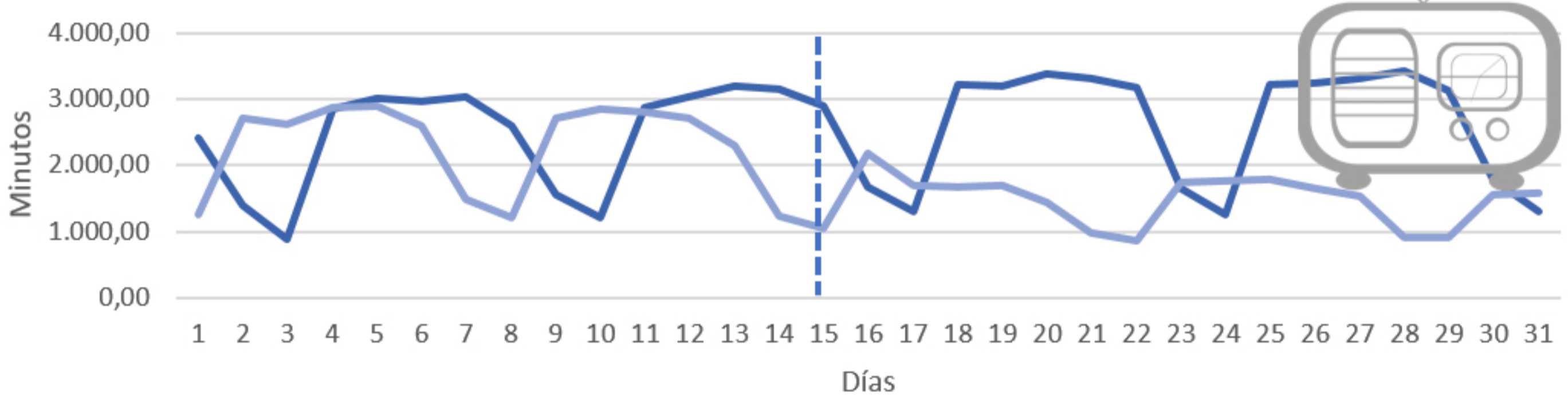


Evolución

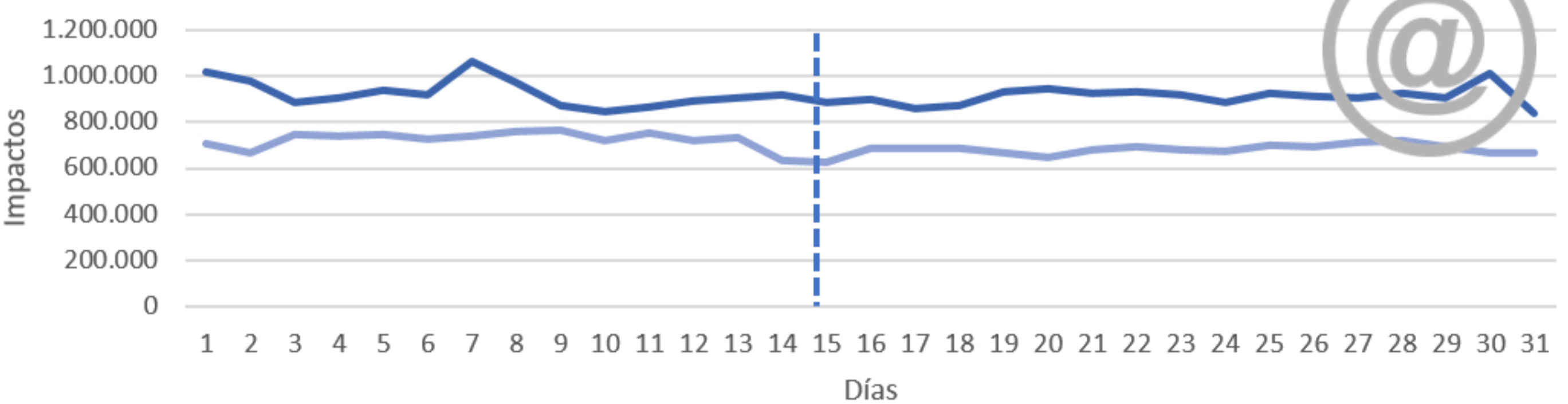
Televisión



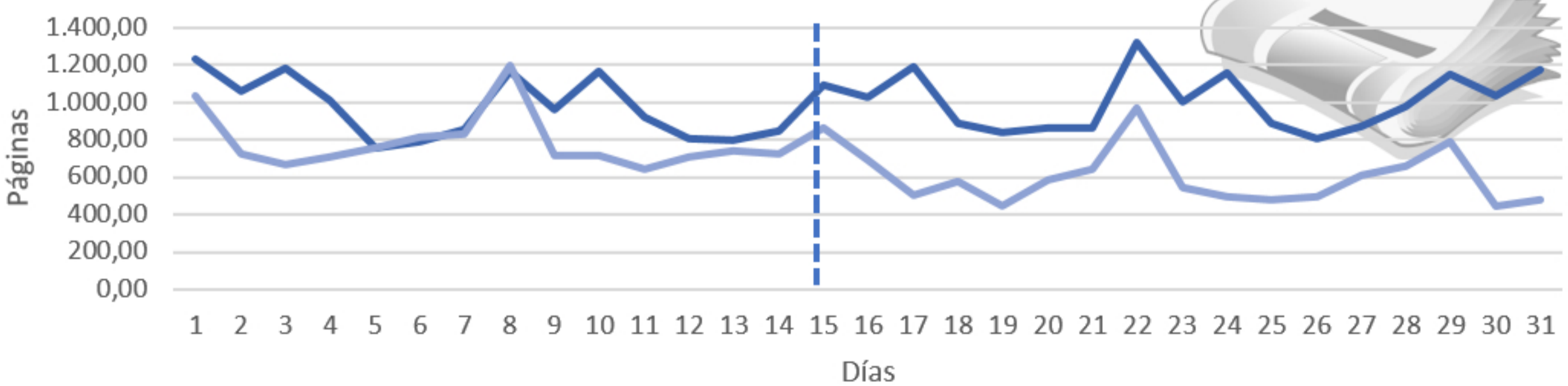
Radio



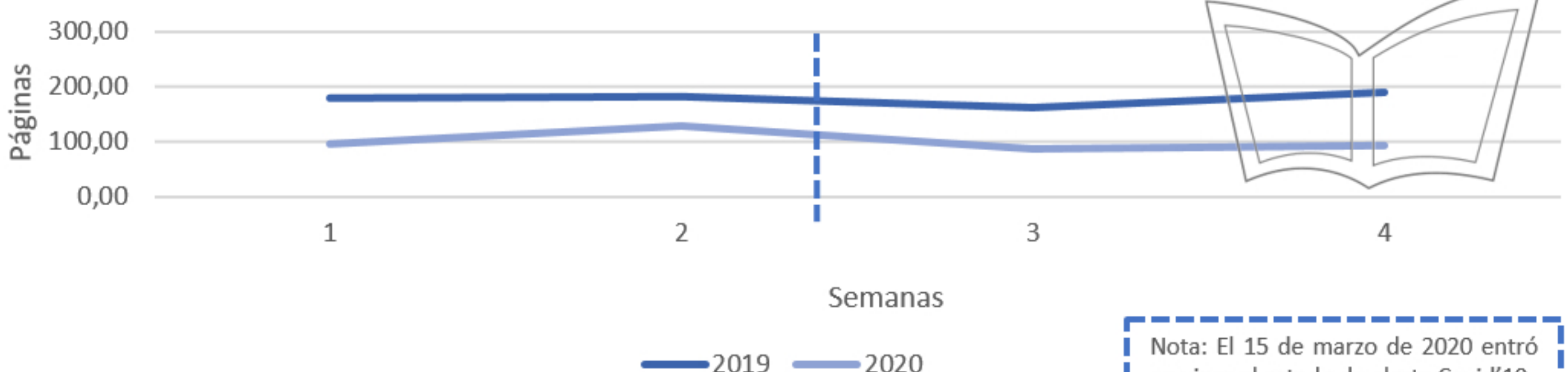
Internet



Prensa y Dominicales



Revistas semanales



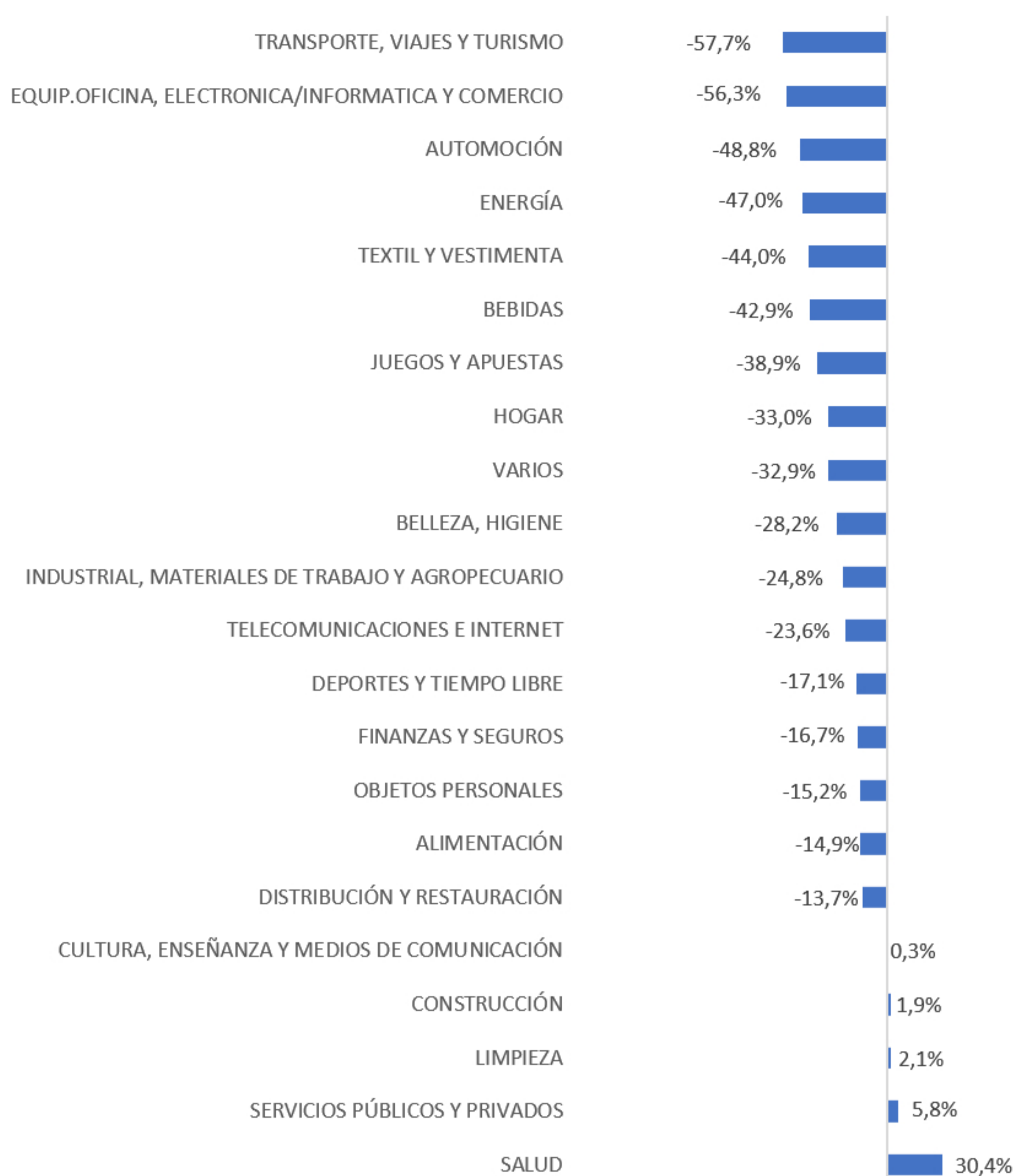
Nota: El 15 de marzo de 2020 entró en vigor el estado de alerta Covid'19.

Impacto del Covid'19 / 1-31 Marzo

Inserciones por sector

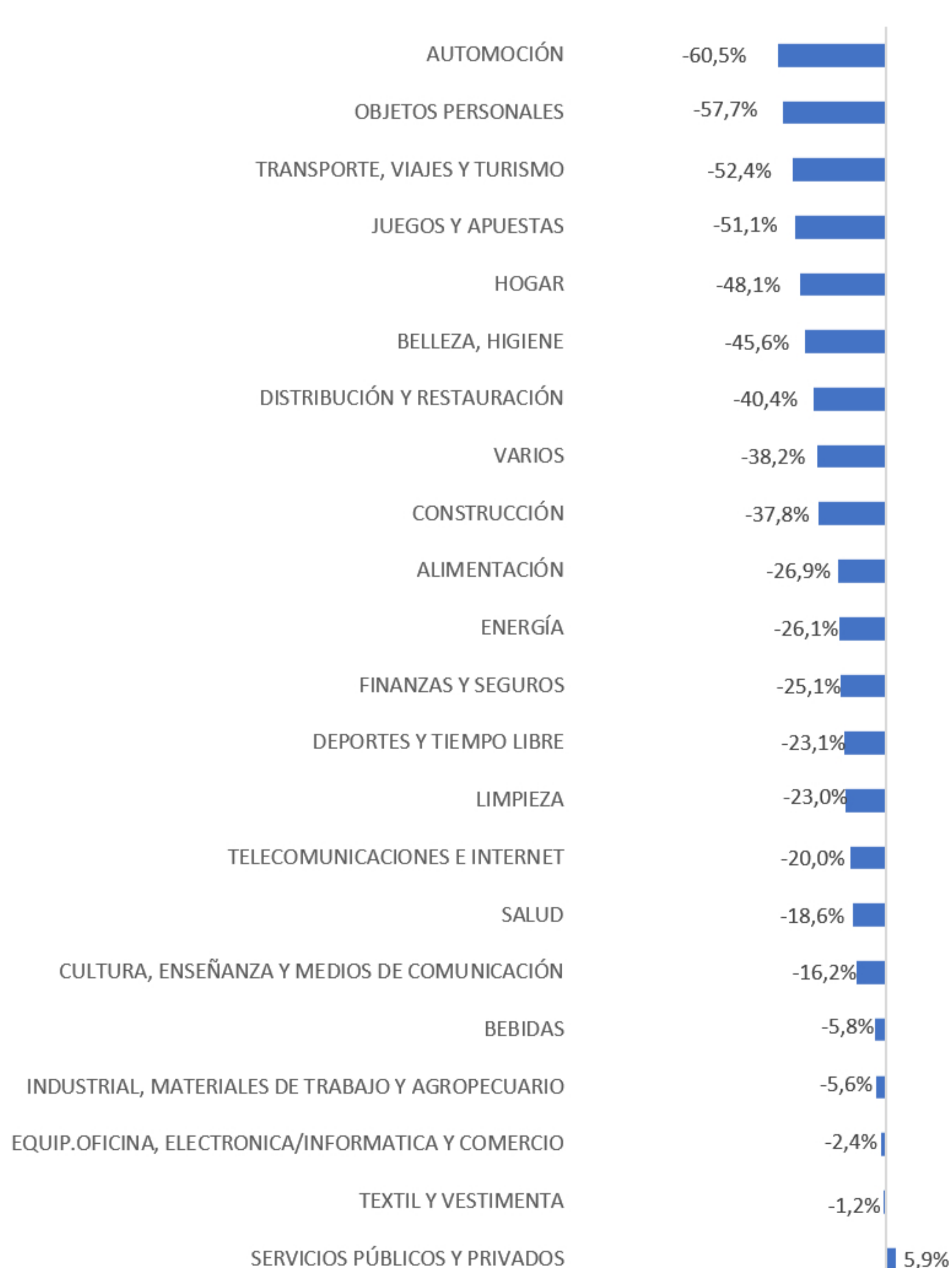
1-31 Mar.2020 vs. 1-31 Mar.2019

Variación promedio diario de inserciones



Post Alerta Covid (15-31 Mar.2020) vs. Pre Alerta Covid (1-14 Mar.2020)

Variación promedio diario de inserciones



*Se analizan las inserciones en promedio diario, para que los periodos sean comparables entre si, aislándose del efecto del numero de días que los componen.