



Índice Inversión Publicitaria, Primer trimestre 2020

Informe básico

- **La inversión publicitaria durante el primer trimestre de 2020 ha retrocedido un 13,3% en relación al mismo periodo del año anterior alcanzando la cifra de 888,4 millones de euros, frente a los 1,024,7 millones de 2019**
 - A causa del estado de alarma decretado por la crisis sanitaria COVID 19, la inversión publicitaria del mes de marzo ha caído cerca del 30%, siendo una cifra sustancialmente más alta a partir de la segunda quincena de marzo
- **Televisión: desciende un 12,4%, alcanzando la cifra de 434,1 millones de euros, representando el 48,9% del mercado. Un aumento de medio punto de participación.**
 - Los dos principales grupos privados de televisión representan el 84,6% de la inversión en televisión.
 - Mediaset, consigue 185,2 millones de euros frente a 209,22 millones del mismo periodo del año anterior, reportando una caída del 11,7%
 - Atresmedia, alcanza los 182,0 millones de euros frente a los 210,2 millones del mismo periodo del año anterior, un descenso del 13,4%
- **Los medios digitales, son el segundo medio en importancia, retroceden un 4,8%, consiguiendo 141,4 millones de euros y un 15,9% de participación de mercado. Un aumento de 1,4 puntos de participación.**
- **Radio, es el tercer medio en inversión publicitaria, retrocede un 19,3%.**
 - Alcanza los 82,0 millones de euros frente a los 101,7 del mismo periodo del año anterior.
- **Prensa, retrocede un 23,2% hasta alcanzar los 77,0 millones de euros.**
- **Exterior, cae un 21,4%, hasta llegar a 60,9 millones de euros**
- **Revistas alcanza los 26 millones de euros, representa un retroceso del 15,2%**
- **Dominicales retroceden un 15,2%, mientras el cine crece un 7%**
- **Por su parte las redes sociales disminuye la inversión publicitaria un 3,9%, hasta alcanzar los 55,8 millones.**

La inversión publicitaria del primer trimestre retrocede un 13,3%,

Decrecen todos los medios

Aumentan participación de mercado los medios digitales, las redes sociales y la televisión

INVERSIÓN PUBLICITARIA PRIMER TRIMESTRE 2020

	2019	2020	% Var	Cuota 2019	Cuota 2020	Diferencia Cuota
Televisión	495,4	434,1	-12,4	48,3	48,9	0,5
Prensa	100,3	77,0	-23,2	9,8	8,7	-1,1
Medios digitales sin RRSS	148,6	141,4	-4,8	14,5	15,9	1,4
Radio	101,7	82,0	-19,3	9,9	9,2	-0,7
Exterior	77,5	60,9	-21,4	7,6	6,9	-0,7
Revistas	30,7	26,0	-15,2	3,0	2,9	-0,1
Dominicales	5,3	4,5	-15,2	0,5	0,5	0,0
Cine	7,2	6,7	-7,0	0,7	0,8	0,1
Total sin RRSS	966,6	832,6	-13,9	94,3	93,7	-0,6
RRSS	58,1	55,8	-3,9	5,7	6,3	0,6
Total con RRSS	1.024,7	888,4	-13,3	100,0	100,0	