

Tras diez meses de pandemia y a pesar de alertas en semáforos epidemiológicos, el 2020 cerró con audiencias superiores a 80% en once ciudades analizadas; siete de las cuales reportaron alcanzar 95% de sus niveles normales.

El año 2020 y el COVID-19 representaron un cambio irrefutable en el mundo entero: para OOH fue un desafío que significó la oportunidad de acelerar su reinversión. Como parte de esta exigencia, **JCDecaux México** encausó su deber y compromiso para asegurar el entendimiento del comportamiento de audiencias durante la pandemia.

Gracias a la tecnología de **Infinia Mobile**, esta iniciativa fue un esfuerzo consistente mes a mes y fundamentado en data confiable, comprobable y precisa. La presente actualización integra nuevamente esta plataforma de administración de datos (DMP) para analizar el alcance (cantidad de usuarios únicos expuestos) de nuestra planta de activos durante el cierre de 2020 en las once (11) áreas metropolitanas más pobladas de la república.

Se tomó la lectura de usuarios únicos por quincena durante el segundo semestre de 2020, mismo que fue comparados con la última quincena de febrero como comportamiento normal previo al confinamiento. Los % representan la cantidad de usuarios únicos que han estado expuestos a nuestras caras publicitarias y, por ende, han estado saliendo de sus casas.

Por último, para cerrar el 2020, esta entrega es acompañada por la interpretación que sólo el ADN de expertos en ciudades de **JCDecaux** puede proveer como parte del entendimiento claro y humano de la realidad.

CIUDADES +4 MILLONES DE HABITANTES

Durante la última quincena de 2020, debido al semáforo rojo decretado el 18 de diciembre, CDMX presentó una disminución de audiencia de 9p.p.

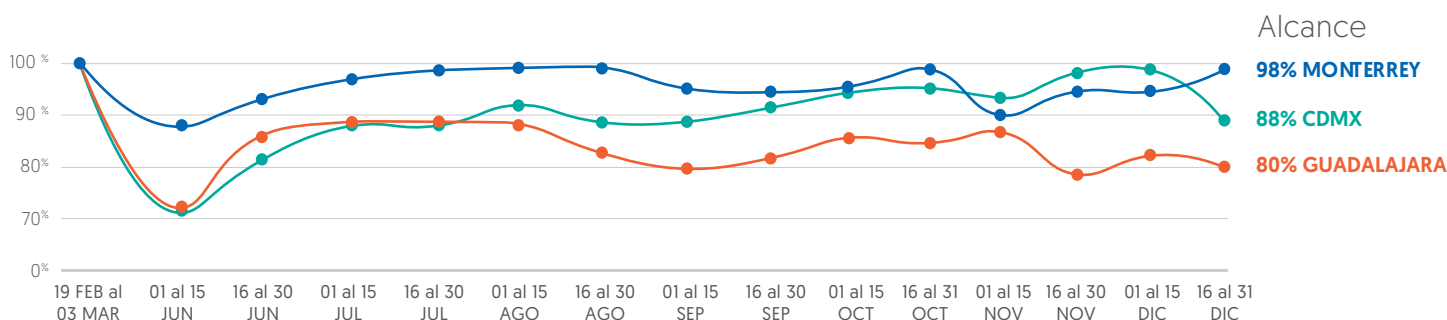
Sin embargo, el nivel reportado fue de 88%, manteniéndose dentro del rango reportado durante meses de reactivación.

GDL presentó recuperación de su audiencia durante diciembre, cerrando el año con 80% de alcance. Por su parte, MTY continuó reportando tendencia positiva con 98% de su audiencia durante la última quincena 2020.

Del miedo a lo incierto, a la indetenible nueva normalidad

Al cierre de 2020, nueve (9) de las once (11) ciudades se encontraron en semáforo naranja. Por su parte, Tijuana y CDMX, pasaron a semáforo rojo debido al aumento de su ocupación hospitalaria. Sin embargo, a diferencia del periodo entre marzo y mayo, el nivel de audiencias en todos los casos se mantuvo por encima de 80%. A pesar del semáforo rojo, Tijuana cerró el año con recuperación al alcanzar 97% de audiencias.

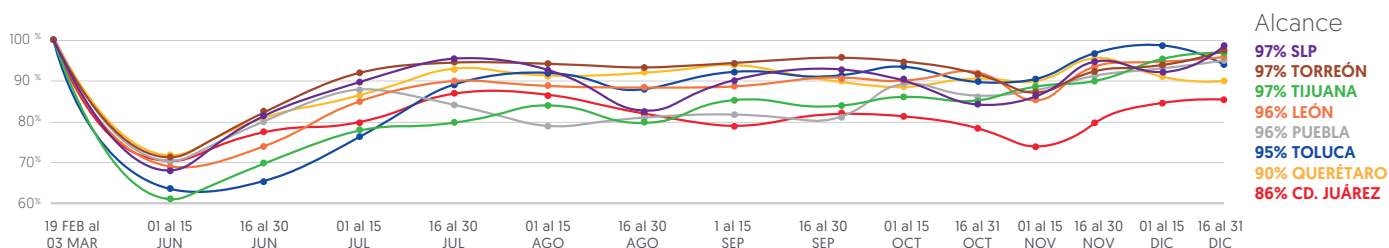
Como se ha mencionado en entregas previas, los mexicanos han demostrado temer más a la inactividad que al virus. Sumado a ello, se ha instaurado la nueva normalidad —uso de cubrebocas, gel antibacterial, sana distancia— permitiendo mantener ciertas actividades con medidas que responden a un mayor conocimiento del virus.



Sumado a lo anterior, las actividades “esenciales” permitidas han resultado más flexibles al cierre de 2020: en CDMX se permitió apertura de estéticas y “pequeños negocios de barrio” con máximo tres empleados. También se mantuvieron actividades del sector público, gubernamental y tributario. Por su parte, en Tijuana las medidas se centraron en reducción de aforos, manteniéndose abiertos restaurantes y centros comerciales al igual que estéticas, cines y teatros. Lo anterior sumado a las actividades relacionadas con fin de año y fiestas decembrinas probablemente fueron factores que mantuvieron a gente en la calle, pese a llamados a quedarse en casa y otras medidas restrictivas.

El miedo, desconocimiento e incertidumbre ante lo desconocido del virus hicieron más efectivo el confinamiento y llamado a quedarse en casa durante la etapa inicial de la pandemia, impactando irremediamente los niveles de audiencias a principios de año. Para cierre de 2020, aprender a vivir con el virus ha sido parte de la nueva normalidad en la que el miedo ha dejado de paralizar a una población que no ha dejado de estar en la calle y cuya vida parece difícil de volver a detenerse.

CIUDADES
+1 MILLÓN
DE HABITANTES



Con excepción de QRO, todas las ciudades presentaron recuperación de sus audiencias resaltando Juárez y Tijuana con una recuperación de 6 y 7 pp. respectivamente.

Durante el 4Q 2020 los niveles de audiencia reportados estuvieron por encima de 85% en casi todos los casos analizados,

con excepción de Guadalajara — que presentó una leve caída durante noviembre con recuperación inmediata —

y Ciudad Juárez, localidad que reportó mayor lentitud en su reactivación pero que finalmente cerró 2020 con una de las mayores recuperaciones durante la última quincena del año.

PANORAMA GENERAL MOVILIDAD

11 CIUDADES

PERIODOS	CDMX	GUADALAJARA	MONTERREY	JUÁREZ	LEÓN	PUEBLA	QUERÉTARO	SLP	TIJUANA	TOLUCA	TORREÓN
19 FEB-03 MAR	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
01-15 JUN	71%	71%	88%	70%	69%	72%	72%	68%	62%	64%	71%
16-30 JUN	81%	85%	92%	78%	74%	80%	81%	83%	70%	65%	82%
01-15 JUL	88%	88%	95%	80%	85%	87%	87%	90%	78%	77%	92%
16-30 JUN	88%	88%	99%	87%	90%	84%	94%	95%	80%	89%	95%
01-15-AGO	92%	87%	99%	86%	88%	79%	91%	92%	85%	92%	94%
16-30 AGO	89%	83%	99%	81%	87%	81%	92%	83%	80%	88%	93%
1-15 SEP	89%	80%	95%	79%	88%	83%	94%	90%	85%	93%	94%
16-30 SEP	92%	82%	94%	82%	91%	82%	90%	92%	83%	91%	96%
1-15 OCT	94%	86%	95%	82%	90%	90%	89%	90%	86%	94%	94%
16-31 OCT	95%	85%	98%	78%	93%	86%	91%	84%	85%	90%	92%
1-15 NOV	93%	89%	90%	74%	85%	87%	90%	86%	87%	90%	88%
16-30 NOV	97%	77%	94%	80%	93%	91%	94%	94%	90%	94%	92%
1-15 DIC	98%	83%	95%	85%	94%	95%	91%	93%	96%	97%	96%
16-30 DIC	88%	80%	98%	86%	96%	96%	90%	97%	97%	95%	97%