EGM Cuarentena, estudio realizado por la Asociación Colombiana de Investigación de Medios ACIM

Primera investigación multimedia que muestra la forma en la que los colombianos consumen medios durante el aislamiento obligatorio

- En la crisis generada por el covid-19, los medios de comunicación han sido compañeros cercanos para los colombianos
- Los medios de comunicación tiene alta credibilidad para los colombianos durante la pandemia.
- Las películas y las noticias son los contenidos que más buscan los colombianos en esta época

CONSUMO DE MEDIOS

Consumo diario de televisión (televidentes día de ayer)

Consumo diario de contenidos por demanda

Grupos de mayor consumo de radio en la última semana

- Entre los mayores de 35 años **73,0%**
- En Barranquilla **71,2%**
- Personas casadas/unión libre **74,4%**

Plataforma desde la que escucha radio (última semana):

Aparato tradicional	Celular con conexión a internet	Desde un TV	Celular o tableta con señal AM/FM	Computador	Tableta con conexión a internet
49,4%	42,3%	31,9%	18,8%	15,3%	3,9%

Grupos de mayor consumo de medios impresos en la última semana

- Estratos altos (5 y 6) 34,7%
- Trabajadores exclusivos (no estudian) 29,2%
- En Barranquilla 39,6%

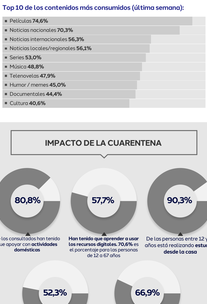
Consumo de medios de comunicación desde canales digitales:

- Consumió contenido de un medio de comunicación por las redes sociales **54,0%**
- Consumió contenido de un medio de comunicación a través de aplicaciones de mensajería instantánea **38,5%**
- Vio transmisiones en vivo de un medio de comunicación por una plataforma digital **35,2%**
- Consumió contenido de un medio de comunicación directamente de su página web o aplicación **28,7%**
- Consumió contenido de un medio de comunicación desde un correo electrónico **17,8%**
- Consumió contenido de un medio de comunicación por mensaje de texto SMS **13,5%**

Top 10 de los contenidos más consumidos (última semana):

- Películas **74,6%**
- Noticias nacionales **70,3%**
- Noticias internacionales **56,3%**
- Noticias locales/regionales **56,1%**
- Series **53,0%**
- Música **48,8%**
- Televisivos **47,9%**
- Humor / memes **45,0%**
- Documentales **44,4%**
- Cultura **40,6%**

IMPACTO DE LA CUARENTENA



USO DE APARATOS TECNOLÓGICOS EN LOS ÚLTIMOS 15 DÍAS

Top 3 de los dispositivos más empleados

- Celulares/smartphone **74,2%**
- Smart TV **49,9%**
- Computador portátil **45,4%**

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Alimentos consumidos durante la última semana

- Leche **75,4%**
- Pollo **70,9%**
- Enlatados **42,8%**
- Galletas **53,1%**
- Gaseosas **41,0%**
- Café instantáneo **38,0%**
- Productos de paquete **25,3%**

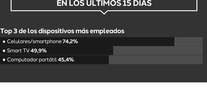
CONSUMO DE MEDICAMENTOS

Medicamentos más consumidos durante los últimos 15 días

- Para el dolor de cabeza **38,5%**
- Vitamina C **19,7%**
- Remedios caseros **14,8%**
- Dolor muscular **9,1%**
- Reflujo /gastritis **8,8%**

HÁBITOS DE COMPRAS

Forma en la que se realizaron las compras del hogar durante los últimos 15 días



Sitios físicos donde se realizaron compras del hogar durante los últimos 15 días

Consumo de productos de higiene durante la última semana

ESTILO DE VIDA

Top 5 de los tipos de aplicaciones más usadas en cuarentena

Actividades de entretenimiento que más se hacen durante la cuarentena

Fuente encuesta del EGM - Cuarentena
Grupo objetivo: personas entre el 12-55 años, de todas las clases sociales en ciudades (NSE 1-6-5)
Ciudades Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga y Pereira (incluidas sus áreas metropolitanas)
Muestra: 1.000 casos
Margen de error: ±3%
Técnica: cuestionarios digital autogestionado
Fecha de campo: 20 - 27 abril
Operador de campo: IMC

Acerca de nosotros: La Asociación Colombiana de Investigación de Medios (ACIM) es una entidad sin ánimo de lucro, conformada por medios de comunicación, agencias, anunciantes, asociaciones, centros académicos y entidades del sector, que se reunen el año de trabajo conjunto alrededor de estudios de consumo de medios, cual fin de entender los audiencias multimedia y ofrecer al mercado información técnica y confiable para la compra y venta de publicidad. Entre los estudios desarrollados por ACIM, el EGM es la investigación más exigente, serio y ampliamente utilizado cuando se trata de entender las audiencias multimedia.

Si quiere conocer más del EGM Cuarentena puede contactarnos con:
Catalina Rodríguez Ortiz
contacto@acimcolombia.com
jrojas@acimcolombia.com

Fuentes: ACIM · EGM