

# Los bogotanos en camino hacia la nueva normalidad

## DURANTE LA CUARENTENA



### MOVILIDADES

**85%**

de los bogotanos estaban ansiosos por volver a salir sin restricciones

**44%**

se desplazaron a más de 5km de su casa

**83%**

ha visto más gente en la calle a medida que avanzaba la cuarentena



### MEDIO DE TRANSPORTE N° 1 DE LA CUARENTENA: EL TRANSPORTE PÚBLICO

**42%**

de los bogotanos se desplazaron en transporte público

**50%**

lo tomaron en paraderos de buses

**81%**

declaran haber esperado por lo menos 10min en el paradero de bus



### RECORDACIÓN PUBLICIDAD EXTERIOR

**79%**

de los bogotanos que se desplazaron durante este periodo declararon haber visto Publicidad Exterior en la calle



## DESPUÉS DE LA CUARENTENA



### MOVILIDADES PLANEADAS POST-CUARENTENA

El transporte público 1er medio de transporte

**56%**

de los bogotanos planea desplazarse en transporte público

Una preferencia por caminar

**50%**

y la bicicleta

**44%**

que representan el 2do y 3er modo de desplazamiento planeado post-cuarentena.



### EXPECTATIVAS DE LOS BOGOTANOS HACIA LAS MARCAS DESPUÉS DE LA CUARENTENA

**65%**

de los bogotanos esperarían que las marcas fueran más activas en términos de publicidad

Y planean elegir con más frecuencia:

**68%**

alternativas más económicas

**52%**

probar nuevas marcas



### MENSAJES PUBLICITARIOS QUE ESPERAN RECIBIR

- **81%** Promociones
- **60%** Responsabilidad social y ambiental
- **52%** Actividades que mejoran la calidad de vida
- **43%** Mensajes motivadores y de optimismo
- **39%** Consejos para evitar contagios



### LA PUBLICIDAD EXTERIOR POST-CUARENTENA

**97%**

afirman que se fijarán en la Publicidad Exterior

#### Un medio aun más efectivo

- **49%** Lo consideran como muy efectivo (+4pts vs antes de la crisis)

#### El medio más confiable en este periodo

- **63%** lo consideran como confiable, delante de los otros medios

- **70%** quieren que las marcas se comuniquen con ellas a través de la Publicidad Exterior

