



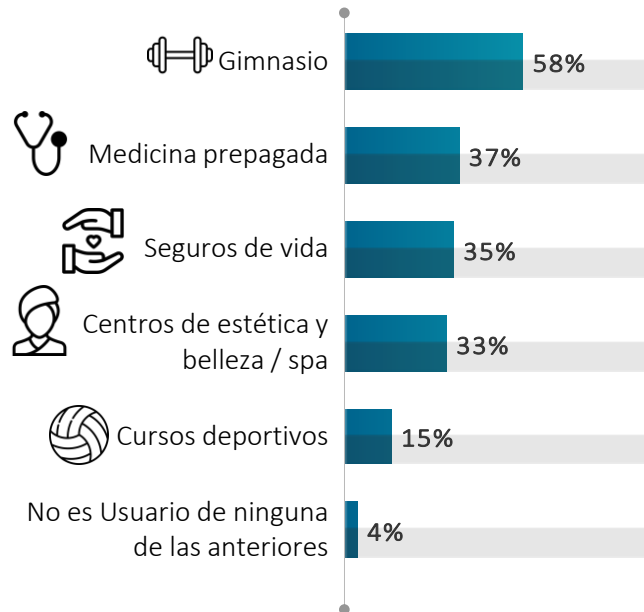
# Consumo de Productos y Servicios de salud y cuidado personal.

Mayo 2017



# Consumo de Productos y Servicios de salud y cuidado personal.

1. ¿De cuáles productos y/o servicios es usted usuario?



Base: Total Encuestados 304



# Medicamentos



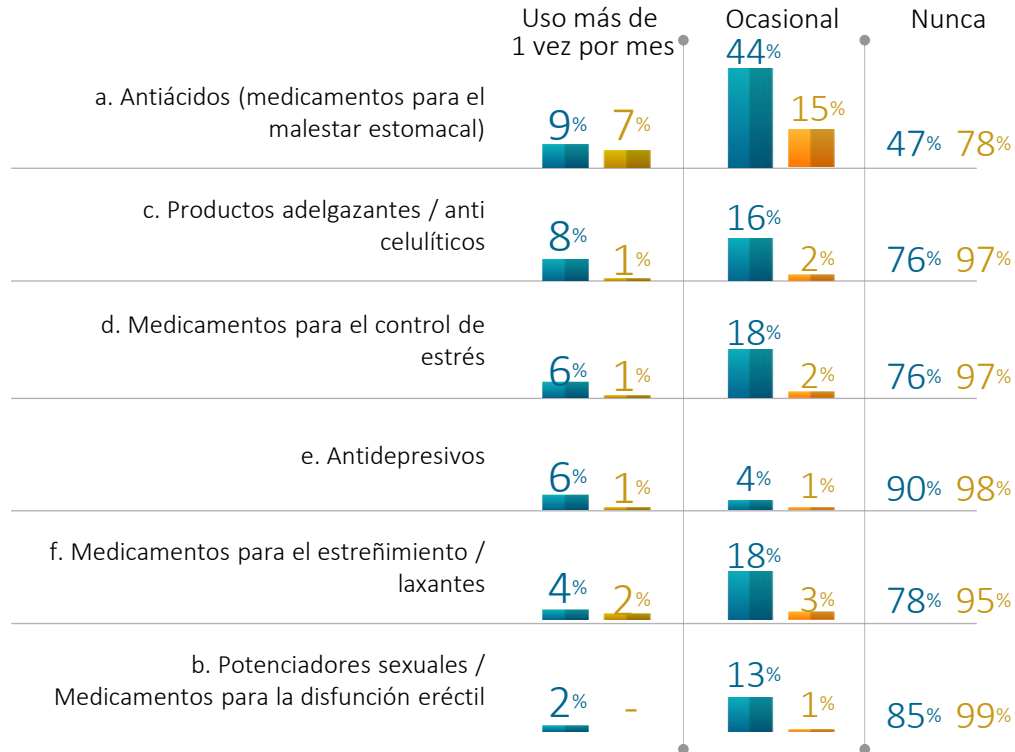
# Frecuencia de Consumo



Población LGTBI  
\*EGM

## 2. ¿Con qué frecuencia utiliza usted ...

\*ACIM (2016), Estudio General de Medios (EGM), 3ra medición. Operador de Campo, CNC Centro Nacional de Consultoría.



Base: 304 12251



### 3. ¿Tiene intención de realizarse alguna cirugía estética en los próximos 12 meses?

\*ACIM (2016), Estudio General de Medios (EGM), 3ra medición. Operador de Campo, CNC Centro Nacional de Consultoría.



### 4. ¿Se ha realizado alguna cirugía estética en los últimos 12 meses?



304

Base: Total Encuestados

12251



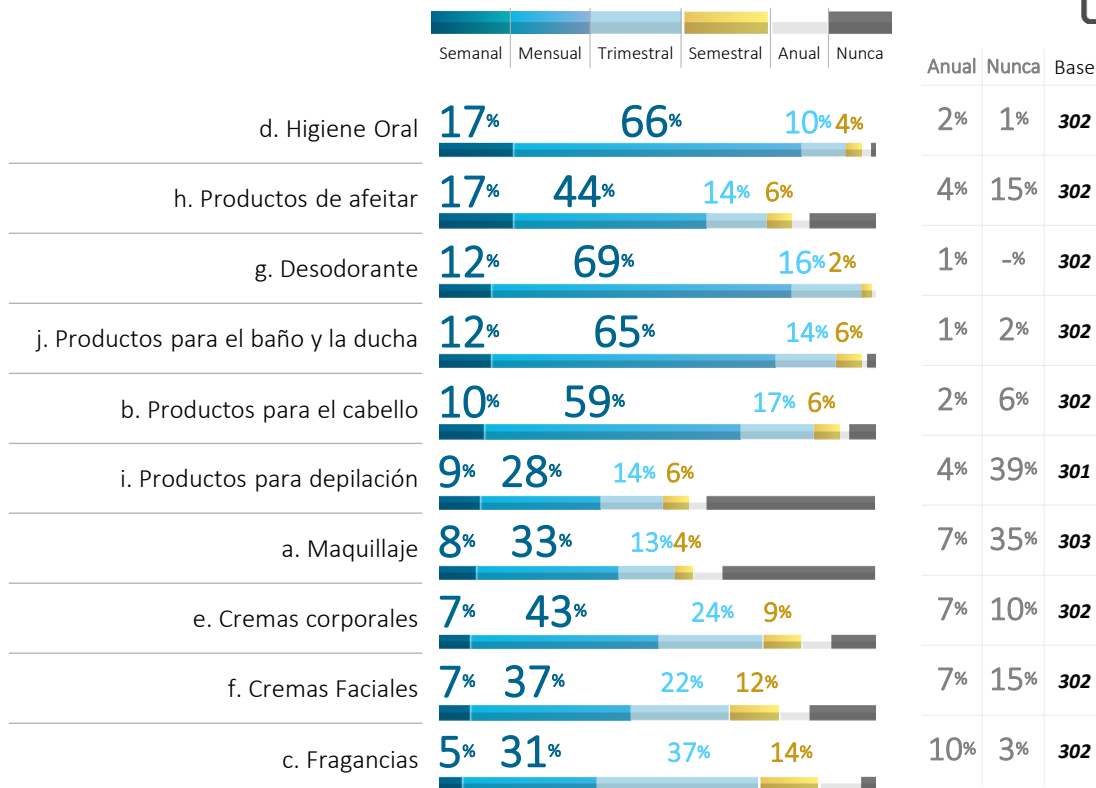
# Productos de Higiene y Cuidado Personal



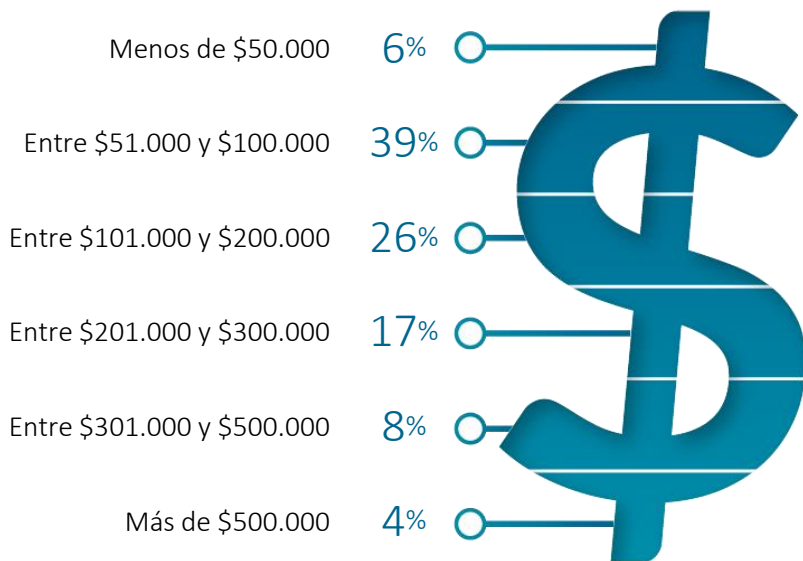
# Frecuencia de Consumo



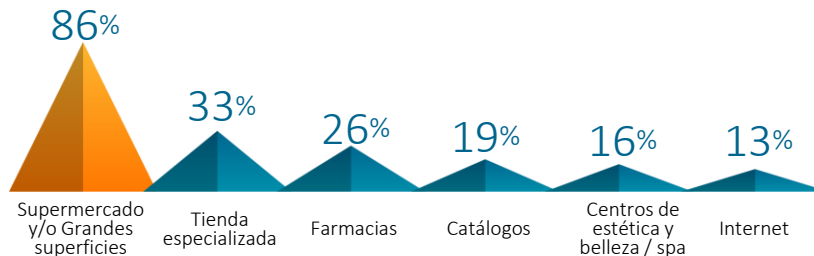
5. ¿Con qué frecuencia compra productos de Higiene y cuidado personal?



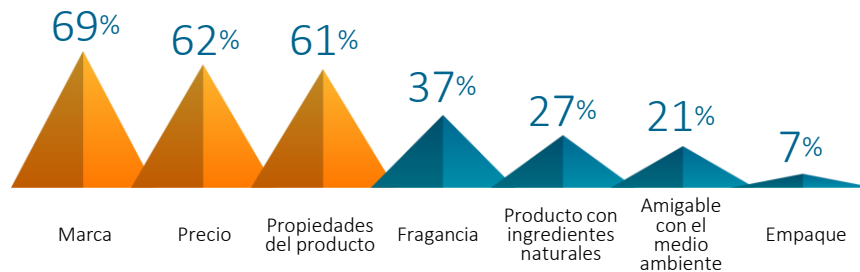
6. ¿Qué presupuesto destina mensualmente en productos de Higiene y cuidado personal?



7. ¿En qué lugares compra regularmente los productos de Higiene y cuidado personal?



8. ¿Cuáles son las 3 características que determinan la compra de productos de Higiene y cuidado personal?



Base: Total Encuestados 303





# Información sobre temas de Salud

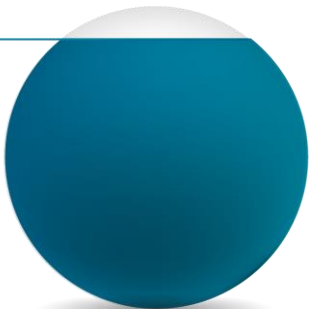


# Algunas Afirmaciones Sobre temas de Salud

9. Ahora nos gustaría que usted compartiera su opinión sobre una variedad de frases que aparecen a continuación

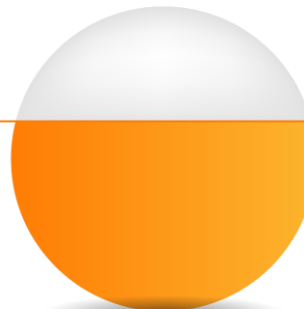
*% TTB: Totalmente de Acuerdo + De Acuerdo*

89%



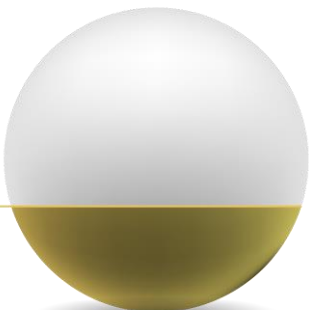
Me informo sobre temas de salud que me puedan afectar

58%



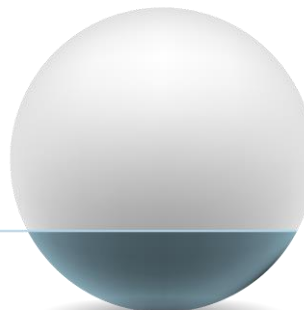
Pago lo necesario por productos o tratamientos preventivos o alternativos para mi salud

33%



Gasto mucho dinero en productos higiénicos y en cosméticos para mi uso personal

24%

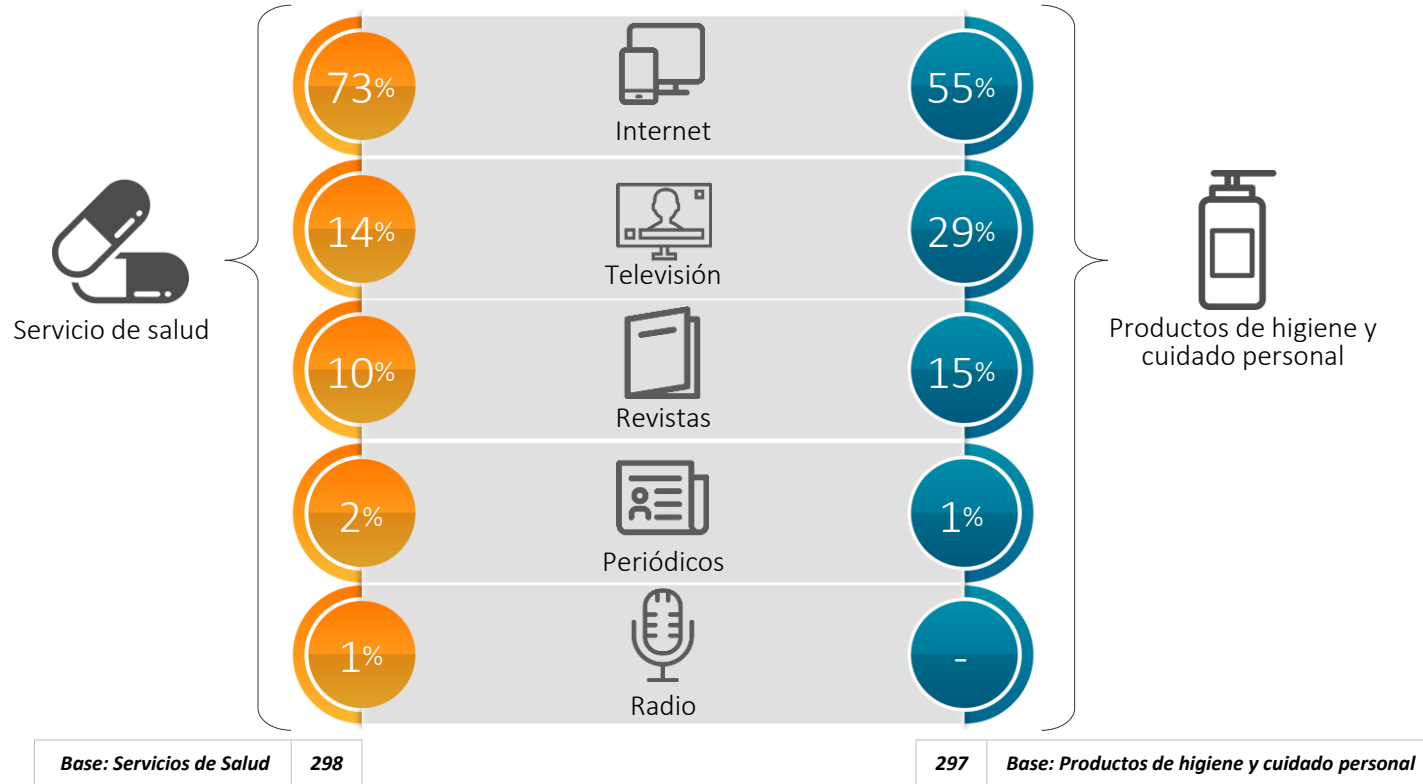


Soy siempre el primero en probar nuevos alimentos saludables o productos nutricionales

Base: Total Encuestados 300

# Medios de Información

10. En general, ¿cuál medio le ofrece información más valiosa cuando planea comprar los siguientes artículos?

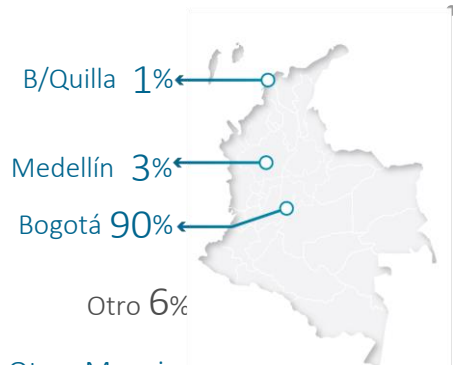




# Demográficos



## 11. Ciudad de residencia



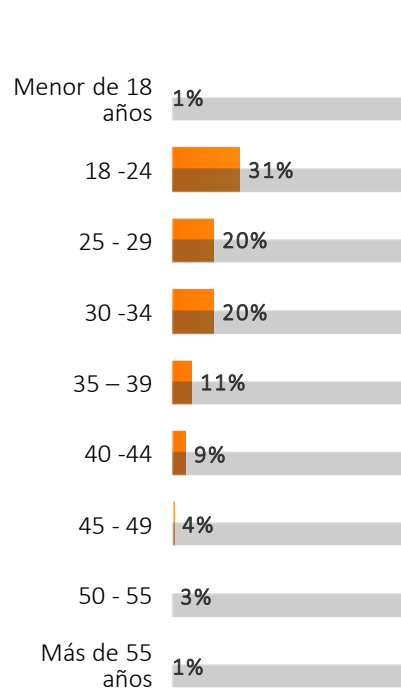
### Otras Mencion

Manizales	34%
Cajicá	12%
Tunja	12%
Armenia	6%
Fusagasugá	6%
Neiva	6%
Quindío	6%
Villavicencio	6%
Zipaquirá	6%
Ibague	6%

Base: otros Ciudad

17

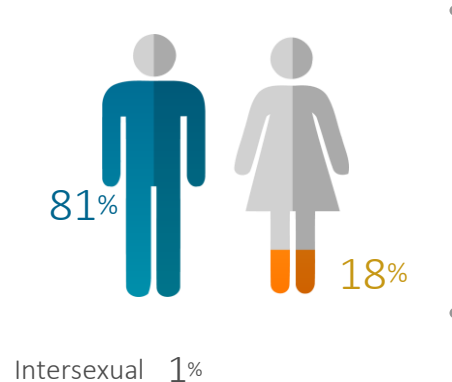
## 12. ¿en qué rango de edad se encuentra?



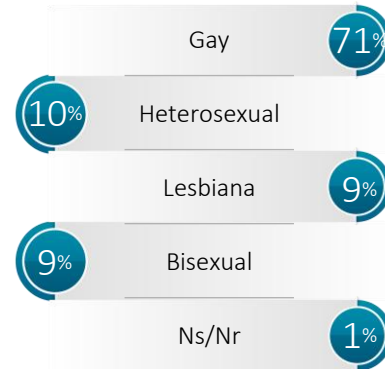
Base: Total Encuestados

267

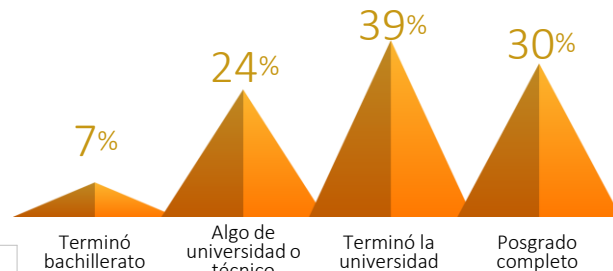
## 13. ¿De acuerdo con su sexo biológico usted nació?



## 14. ¿De acuerdo a su condición sexual y/o de género, usted se identifica cómo?



## 15. ¿Cuál fue el último grado que usted terminó?





# Ficha Técnica



<b>Empresa contratante</b>	Cámara de Comerciantes LGBT de Colombia
<b>Proveedor de Investigación</b>	Centro Nacional de Consultoría S.A.
<b>Metodología</b>	Sondeo de opinión pública sobre temas de salud y cuidado personal
<b>Universo</b>	Población general contactados a través de medios virtuales (e-mail y redes sociales). Se utilizaron las siguientes bases de datos: Theatron y Base de la CCLGBT. Se realizó promoción a la encuesta en las redes de Orgullo LGBT, EGOCITY y CCLGBT
<b>Población objetivo</b>	Población general LGTBI
<b>Temas a los que se refiere</b>	Opiniones de las personas sobre el uso de productos y servicios relacionados con medicamentos, salud, higiene y cuidado personal.
<b>Periodo de trabajo de campo</b>	28 de Abril al 17 de Mayo de 2017
<b>Muestra Efectiva</b>	304 encuestas efectivas
<b>Cobertura geográfica</b>	<i>Ciudades principales:</i> Bogotá, Barranquilla, Cali, Medellín, <i>Otras ciudades:</i> Armenia, Cajicá, Fusagasugá, Ibagué, Manizales, Neiva, Tunja, Villavicencio, Zipaquirá
<b>Técnica de recolección</b>	Encuesta digital auto-diligenciada vía web
<b>Formulario</b>	15 preguntas con un tiempo de aplicación de 5 minutos en promedio
<b><i>El informe elaborado atiende los lineamientos de la norma ISO 20252:2006</i></b>	