



ANÁLISIS: PERFIL DEL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS HOMEOPÁTICOS EN LA COMUNA DE CONCEPCIÓN

MARINA BUSTOS VELÁSQUEZ

INGENIERO COMERCIAL

RESUMEN

La Homeopatía, durante años se ha mantenido en una etapa de introducción en la Industria de Medicamentos. En la actualidad se observan cambios tales como, un aumento en la cantidad de puntos de venta de estos productos, aparición de nuevos Laboratorios dedicados a la investigación y producción de estos medicamentos y a la vez un incremento en el interés de las personas por la medicina alternativa. Por otro lado, las personas relacionadas con el tema Homeopatía han estado en constante lucha para alcanzar un ámbito nacional que se asimile cada vez más al de la medicina tradicional. Cada vez es más necesario conocer al consumidor de homeopatía, saber ¿Quiénes consumen estos medicamentos?, ¿que atributos buscan en él?, ¿por qué los prefieren? El objeto de este estudio es analizar el perfil del consumidor de productos homeopáticos. El trabajo en terreno se llevó a cabo en Concepción, ciudad donde se encuentra una de las farmacias de homeopatía de mayor prestigio en la VIII Región, llamada "Central de Homeopatía Junge". No existe seguridad de que este estudio sea aplicable al resto del país, debido al tamaño reducido de la muestra y a las diferencias demográficas, económicas y culturales existente ente las distintas regiones de nuestro país. Al iniciar este estudio, luego de recopilada la mayor parte de la información secundaria, se entrevistaron personas expertas en el tema, con el fin de conocer el mercado y detectar necesidades de información. Posteriormente se llevó a cabo un estudio descriptivo, en base a un cuestionario.

La población objetivo comprende a hombres y mujeres, mayores de 18 años, que hayan o no consumido productos homeopáticos, pertenecientes a los estratos socioeconómicos bajo, medio y alto, que tengan residencia en la comuna de Concepción. Estas personas fueron seleccionadas mediante un muestreo estratificado aporportional. El tamaño de la muestra es de 261 personas, para un nivel de confianza del 95% y un error del 7%. Una vez analizados los resultados estadísticamente, se llegó a las siguientes conclusiones; Actualmente el Mercado Objetivo de la Homeopatía tiende a ser un grupo compuesto en su mayoría por: mujeres, menores de 45 años, casadas, pertenecientes a estratos alto y medio, ocupadas laboralmente siendo empresarios, dueños de un negocio, profesional universitario independiente o que trabaja en una empresa, técnico(a), Profesor(a) o empleado administrativo(a), con un nivel educacional técnico, universitario incompleto o completo. Se observa claramente, que las personas con mayor educación y pertenecientes a los estratos altos y medio, tienen un conocimiento más amplio de definición de homeopatía. Se descubrió que los atributos que los consumidores de Homeopatía más valoran de esta medicina son; el ser productos básicamente naturales, sin efectos secundarios para el organismo y efectivos en su aplicación. Por otro lado, al momento de elegir un medicamento homeopático, le dan mayor importancia a los atributos; efectividad del tratamiento, calidad de los productos y naturalidad de los mismos. En general, la Homeopatía es preferida a la Alopátia, para solucionar problemas de salud agudos. En el caso de enfermedades de carácter crónicas, existen grupos de personas que requieren tanto de una medicina como de la otra, o que se inclinan por una de ellas. Conociendo esta información más en detalle, como aparece a lo largo del estudio, se sugiere utilizarla para la Planificación de la Estrategias de Marketing, tanto de los Laboratorios de Homeopatía, como de las farmacias que venden estos productos.