

**CARACTERIZACION DEL MERCADO DE ADULTOS MAYORES
- TERCERA EDAD -
EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.**

JAVIER ANDRES RAMÍREZ GOMEZ

JOSÉ ANTONIO SEJNAUI CORONADO

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
MINOR MARKETING ESTRATEGICO
CARTAGENA
2004**

**CARACTERIZACION DEL MERCADO DE ADULTOS MAYORES
- TERCERA EDAD -
EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.**

JAVIER ANDRES RAMÍREZ GOMEZ

JOSÉ ANTONIO SEJNAUI CORONADO

Monografía presentada para obtener el título de Ingeniero Industrial

Asesor(a)

**EMPERATRIZ LONDOÑO ALDANA
Especialista en Mercadeo**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
PROGRAMA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
MINOR MARKETING ESTRATEGICO
CARTAGENA
2004**

DEDICATORIA

A Dios, quien me dio la fe, la fortaleza, la salud y la esperanza para terminar este trabajo.

A mis padres, José y Marta quienes me enseñaron desde pequeño a luchar para alcanzar mis metas. Mi triunfo es el de ustedes, ¡los amo! .

A mi hermano, por que a pesar de sus largas llamadas, siempre me dabas las respectivas palmaditas en la espalda que me motivaban a seguir adelante.

A mi querida y amada novia, Laura, quien me brindó su amor, su cariño, su estímulo y su apoyo constante. Todas estas cosas son evidencia de su gran amor.

José Antonio Sejnau

A Dios, por su incondicionalidad, ha estado en los momentos que mas lo he necesitado

A mi bello hijo, Diego Andrés, por que es la persona que mueve mi vida y me motiva a ser mejor cada día. ¡Te amo!

A mis padres, Javier y Rosa, quienes me han brindado las herramientas necesarias para ser una persona integral y un excelente profesional.

A mi hermano, por que ha sido el compañero inseparable de mi vida.

Javier Andrés Ramírez

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	12
2. MARCO TEORICO	13
2.1. CONCEPTO DEL ADULTO MAYOR	13
2.2. CARACTERÍSTICAS DEL ADULTO MAYOR	20
2.2.1. Un poder adquisitivo aceptable	20
2.2.2. Buena salud	20
2.2.3. No tan conservadores	21
2.2.4. Consumo específico de los mayores	22
2.2.5. Demanda de servicios	24
2.2.6. Mas tiempo para el ocio	24
2.2.7. Turismo y medios de comunicación	25
2.2.8. El consumo relacionado con las demandas asistenciales	25
2.2.9. Gastos satisfactorios e insatisfactorios	27
2.2.10. Las causas de la insatisfacción	27
2.2.11. Los comportamientos de compra	28
3. MARCO CONCEPTUAL	30
4. JUSTIFICACIÓN	31

5. OBJETIVOS	32
5.1. GENERAL	32
5.2. ESPECIFICOS	32
6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	33
6.1. TIPO DE ESTUDIO	33
6.2. RECOLECCION DE DATOS	33
6.2.1. Población de referencia	33
6.2.2. Muestra	33
6.2.3. Tamaño de la muestra	34
7. TABULACION Y ANÁLISIS DE LOS DATOS	36
7.1. CARACTERIZACION DE LA TERCERA EDAD	36
7.1.1. Generación u obtención de ingresos	36
7.1.2. Hábitos familiares y grupales	40
7.2. ESTILO DE VIDA, HABITOS DE COMPRA Y DE CONSUMO	44
7.2.1. Estilo de vida	44
7.2.2. Hábitos de compra	53
7.2.3. Hábitos de consumo	61
8. CONCLUSIONES	67
9. RECOMENDACIONES	
BIBLIOGRAFÍA REFERENCIADA	
BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	
ANEXOS	

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Modelo global del proceso de envejecimiento.	16
Figura 2. Manejo de ingresos	37
Figura 3. Principales fuentes de ingreso	39
Figura 4. Personas con las que comparte la mayor parte de su tiempo	41
Figura 5. Participación en grupos sociales	44
Figura 6. Personas con las que habita	45
Figura 7. Principales actividades realizadas	47
Figura 8. Percepción del adulto mayor sobre el grado de autonomía para realizar las actividades básicas cotidianas	48
Figura 9. Principales personas o actividades a las que se recurre cuando se está deprimido	50
Figura 10. Personas por las que responde económicamente	51
Figura 11. Preferencia por sitio de compra de productos de alimentación y limpieza	54
Figura 12. Preferencia por sitio de compra de productos de confección, calzado y del hogar	55
Figura 13. Frecuencia de compra	56
Figura 14. Servicio a domicilio	57
Figura 15. Preferencia según día de la semana	58

Figura 16. Preferencia de compra según horario	59
Figura 17. Independencia económica	60
Figura 18. Compra de artículos de uso personal	62
Figura 19. Distribución del gasto	63
Figura 20. Causas de insatisfacción	65
Figura 21. Inversiones	66

INTRODUCCIÓN

Durante el camino de su vida el hombre llega a la madurez, y alcanza la plenitud de la misma cuando sus facultades físicas (agilidad, resistencia) y sus facultades intelectuales (análisis, astucia, habilidades, conocimientos, etc.) se encuentran en perfecto equilibrio. El momento en el que una de esas facultades se comienza a perder se inicia el proceso de envejecimiento. Este cambio se produce de manera imperceptible y muy lenta; nos percatamos del mismo cuando no podemos realizar algunas tareas de la misma forma que las realizábamos antes.

Los avances tecnológicos, las investigaciones científicas, las políticas públicas en salud y los avances en la transición demográfica facilitan hoy en día un rápido incremento de la población en edades avanzadas; la disminución de la fecundidad y de las tasas de mortalidad, en todos los países del mundo, tienden a transformar la pirámide poblacional, ampliando su cúspide y estrechando la base haciendo que de manera paulatina, naciones desarrolladas o en vía de desarrollo, se enfrenten a esta realidad y asuman las consecuencias que de ella se deriven.

De mantener la población la tendencia al envejecimiento, en los próximos años, se tendrá una estructura por edades diferente, en la cual la población en edad avanzada planteará exigencias mayores de seguridad social: mayor demanda de recursos destinados a las pensiones, jubilación, aporte de ingresos, distribución de

tareas dentro de las familias, y aumento en los servicios de salud distintos a la de la población joven e infantil: asistencia médica, psicológica y socioeconómica, debido al incremento en la frecuencia y número de enfermedades crónicas.

En Latinoamérica, y en el caso específico de Colombia, este proceso demográfico tendrá un mayor auge dentro de unas décadas más, por lo que la investigación sobre envejecimiento en el país comienza a darse, y hasta el momento se manifiestan ciertas preocupaciones como son: los efectos del deterioro físico; el deterioro de salud en el adulto mayor medido con respecto al resto de la población; la capacidad del sistema de seguridad social, el cambio demográfico y el papel que juega la familia en materia de atención a la vejez; las combinaciones en las transferencias económicas de tipo familiar destinadas a esta población; la discriminación en la participación de este segmento de la población en el mercado de trabajo; sus características sociodemográficas respecto a nivel de vida (ingresos, empleo, etc.); el aumento de seguridad y asistencia social para esta población, por mencionar algunos efectos de gran importancia.

Con base en lo anterior se plantean los siguientes interrogantes:

- ¿Las sociedades del siglo XXI tendrán la capacidad de sostener el progresivo envejecimiento de la población?

- ¿Se tendrá la capacidad de generar el suficiente excedente económico para satisfacer las necesidades o demandas de un mayor grupo de adultos mayores?
- ¿Tendrán una mejor calidad de vida y unas mejores condiciones de salud?

Es así como el estudio de algunos componentes de la calidad de vida, hábitos de compra y hábitos de consumo de este grupo poblacional adquieren cada vez mayor importancia, describiendo las características económicas, familiares, sociales, culturales y de Salud, que entraña ser un adulto mayor en una sociedad como la de Cartagena.

Las personas de la tercera edad en la ciudad de Cartagena, constituyen un excelente nicho de mercado, ya que un alto porcentaje de los estratos tres, cuatro, cinco y seis poseen capacidad de pago y no existen negocios especializados que ofrezcan productos y servicios para ellas.

Los negocios hoy dependen del grado de conocimiento que se tenga del cliente, por ello para atender las necesidades de las personas de la tercera edad se hace necesario, además de sus necesidades, conocer sus deseos y hábitos presentes en la calidad de vida. Para indagar sobre esos componentes de calidad de vida, hábitos de compra y hábitos de consumo del adulto mayor de Cartagena se diseñó un estudio descriptivo para el que se aplicó una encuesta estructurada, a personas

de los estratos 3,4,5 y 6 previamente seleccionadas y con edades iguales o superiores a sesenta y cinco años.

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad en Cartagena no se han realizado investigaciones exclusivas para las personas de la tercera edad por tanto no se cuenta con información que permita conocer sus gustos y preferencias, por esto, no existen productos y servicios dirigidos a este nicho con los que ellos puedan satisfacer plenamente sus necesidades, deseos y expectativas.

Las empresas manufactureras y empresas de servicios están de espaldas a este mercado debido a la ausencia de información relacionada con su cuantificación y caracterización, lo que imposibilita a las empresas llegar a estas personas. Por lo cual nos preguntamos, ¿Cuales son las características de las personas de la tercera edad con capacidad de pago y demanda potencial?

2. MARCO TEÓRICO

2.1. CONCEPTO DE ADULTO MAYOR

Considerado en su totalidad, el problema del envejecimiento no es un problema en absoluto. Es solo la manera pesimista de considerar un gran triunfo de la civilización.

Una manera de referirse al adulto mayor es llamando a esta etapa de la vida como la “tercera edad”, haciendo alusión a la etapa número tres luego de haber transitado por las dos primeras, juventud y vida adulta. Históricamente el término se ha generado para dar idea de una edad avanzada, pero dentro de un marco de funcionalidad y autonomía que permite llevar una vida independiente y con satisfacciones, como un estereotipo utópico de la edad dorada, luego del retiro de la actividad. Cuando se analizan las experiencias en relación con las últimas etapas de la vida, lo común es encontrar que este periodo de descanso no existe realmente como tal, o que cuando se da tiene una terminación y que, salvo contadas excepciones –generalmente dadas por un infarto al miocardio-, con el avance de la edad llegan pérdidas severas de salud y de capacidades físicas, mentales, sociales o económicas. Este último proceso, por marcar una diferencia, ha sido denominado la “cuarta edad”, con base en el proceso evolutivo que se vive hasta los 50 años y como de allí en adelante el proceso se vuelve involutivo.

Según la cultura oriental y en anteriores épocas de la occidental, la ancianidad representaba un periodo importante de la vida, en el siglo veinte la noción de juventud y productividad se torno en un ideal que marginalizó e invisibilizó la vejez. Bajo esta mirada, la “tercera edad”, es una categoría difusa, ya que por su condición biológica y temporal es la antítesis de los ideales modernos; es objeto de un tratamiento social y cultural ambiguo donde los valores que le son asociados expresan una representación social particular tanto de la acción como de la existencia individual y social.

Norberto Bobbio (1997)¹ hace un análisis descarnado de lo que significa ser adulto mayor en una sociedad como la nuestra: la vejez es el descenso hacia ningún lugar, es largo, continuo e irreversible, bajas escalón por escalón, pero una vez apoyas el pie en la grada más baja, sabes que a la de arriba ya no volverás, no sabes cuantos escalones quedan, pero cada vez son menos (...) porque la medicina no hace vivir más a los viejos, solo les impide morir”

Envejecer constituye un proceso en el que participan factores biológicos, psicológicos y sociales. El envejecimiento biológico es tanto de órganos como de funciones que se producen a diferentes niveles: molecular, celular, tisular y sistémico, siendo a la vez estructural y funcional. El celular se caracteriza por una disminución en diferentes procesos como: capacidad metabólica, descontrol en las

¹ Norberto Bobbio nació en Turín el 18 de Octubre de 1909 y allí falleció el 9 de enero de 2004. Se graduó en Derecho y en Filosofía. Se desempeñó toda su vida como profesor. En 1997 publicó su Autobiografía en la cual toca el tema de la vejez.

funciones de proliferación, replicación (se duplican menos) y supervivencia, fosforilación oxidativa, síntesis de proteínas enzimáticas, estructurales, receptores celulares y factores de transcripción, así como de la capacidad de incorporar nutrientes y reparar el daño del material genético por la senescencia replicativa; es un proceso continuo, universal, progresivo, irreversible e incrementa la vulnerabilidad a la mayoría de las enfermedades.

La persona que envejece debe enfrentar condiciones cambiantes, tanto de su propio organismo como del medio social en que vive. El envejecimiento genera problemas comunes y retos similares para todos los que envejecen. Anteriormente, la sociedad veía al adulto mayor con respeto y veneración, lo premiaba nombrándolo gobernante, pontífice y consejero. Hoy, con el surgimiento de la familia nuclear se crea una serie de mitos alrededor de la vejez que la asocian con enfermedad, inutilidad, impotencia sexual, aislamiento, pobreza, debilidad, depresión. Este punto de vista “moderno” funciona como una profecía que se autopromueve, se considera al anciano de esta forma y ellos adoptan esa visión de sí mismos convirtiéndose en estereotipo legitimado por la sociedad.

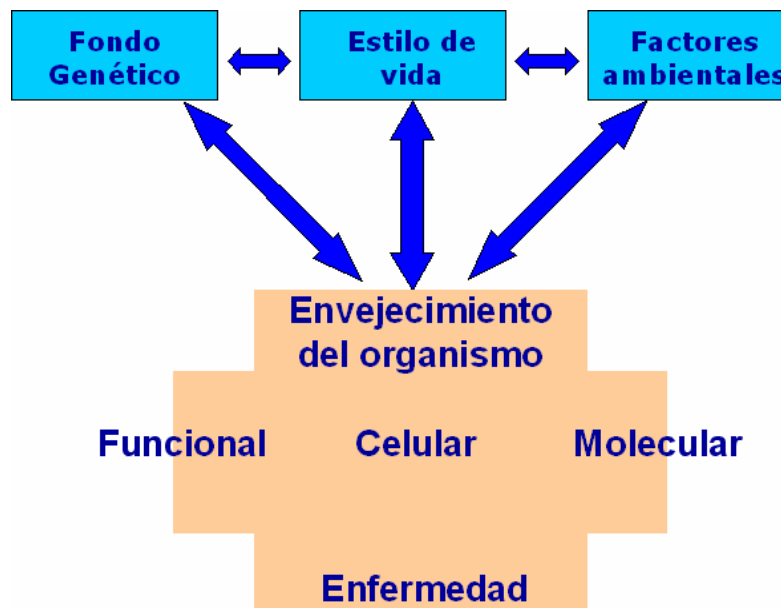
Según Ricardo Moragas², la vejez, supone ciertas limitaciones para el sujeto pero también posee unos potenciales únicos y distintivos: serenidad de juicio, experiencia, madurez vital, perspectiva de la historia personal y social. Así los adultos mayores exhibirán la personalidad que el medio les permita, en algunos

² Sociólogo de la Universidad de Barcelona. Gerontología social : envejecimiento y calidad de vida.

casos con elementos de desarrollo personal, aunque este desarrollo vaya en dirección contraria a los valores predominantes en la sociedad actual.

Hay una gran diversidad de factores involucrados en el proceso de envejecimiento y la complejidad de sus relaciones. En un sentido mas amplio, se puede asumir que el envejecimiento resulta de la suma de todos los cambios que ocurren a través del tiempo en todos los organismos, desde su concepción hasta su muerte.

Figura 1. Modelo global del proceso de envejecimiento



Fuente: Gutiérrez R, LM. Concepción holística del envejecimiento.

En Colombia, el comportamiento de la vejez no resulta ajeno al de muchos otros países en desarrollo, en donde la cultura está condicionada por la producción y la competencia, el adulto mayor ha perdido poderes y derechos que lo han marginado de la sociedad creando una serie de estereotipos negativos de persona enferma, incapaz de producir, limitado e incompetente para asumir tareas y ejercer funciones; situaciones que han llevado al anciano y a la familia a optar por alternativas como la institucionalización.

En la sociedad contemporánea junto con el proceso de envejecimiento, se producen cambios sociales cuyas consecuencias influyen negativamente en las condiciones de vida de los que envejecen; entre estos cambios sociales se señalan cuatro que influyen marcadamente en el empeoramiento de la calidad de vida del adulto mayor a medida que se envejece: respuesta social al deterioro biológico propio del envejecimiento; pérdida de la ocupación, disminución del ingreso y deterioro de la identidad social.

Estos nuevos desafíos que enfrenta la sociedad contemporánea son, a su vez, el resultado del desarrollo económico, social y cultural. Así, las relaciones entre el envejecimiento y el desarrollo son bidireccionales y de carácter interactivo. A partir de lo dicho anteriormente, es importante destacar como en Colombia y específicamente en Cartagena, el proceso de envejecimiento que experimenta, visualizado en relación a la población total, también se observa al interior de la población adulta mayor. Es decir, dentro de las personas de edad aumenta el peso

relativo de aquellas edades extremas superiores; este hecho es importante ya que pueden identificarse básicamente dos grupos etéreos con características biológicas y sociales diferentes, el grupo de 60-74 y el de 75 y más.

La Organización Panamericana de la Salud OPS desde 1994 ajustó la edad y señaló como adulto mayor a la persona de 65 años o más de edad, pero aclaró que como los países tienen condiciones socioeconómicas y ambientales tan diferentes, cada país debe ajustar su edad dependiendo de ellas. Por esta razón y basados en la esperanza de vida para Cartagena, por sexo y por barrio, para este estudio, por adulto mayor se entenderá a toda aquella persona de 65 o más años; se asume que esta población se encuentra en la culminación de un proceso natural con deficiencias funcionales, como resultado de cambios biológicos, psicológicos y sociales, condicionado por un fondo genético, los estilos de vida que se tienen desde la niñez y los factores ambientales en que vive el individuo.

A continuación se detallan tres concepciones de ancianidad para situar la variedad de sus conceptos:

1. **Vejez cronológica:** Definida por el hecho de haber cumplido lo sesenta y cinco años, se basa en las edades de retiro tradicionales. Se fundamenta en la vejez histórica real del organismo, medida por el transcurso del tiempo. Es objetiva en su medida, ya que todas las personas nacidas en la misma fecha comparten idéntica edad cronológica y forman una unidad de

análisis social. La ventaja de la edad cronológica se vuelve en inconveniente al comprobarse el impacto diferente del tiempo para cada persona, según haya sido su forma de vivir, su salud, sus condiciones de trabajo, etc.

2. **Vejez funcional:** corresponde a la utilización del termino “viejo” como sinónimo de incapaz o limitado y refleja la asimilación tradicional de vejez y limitaciones. Se trata de un concepto erróneo pues la vejez no representa necesariamente incapacidad y, por consiguiente, hay que luchar con la idea de que el viejo es funcionalmente limitado; aunque existen posibilidades de que lo este, la mayoría de la población anciana no se haya impedida a pesar de lo que pueda parecer a mucha gente.

3. **Vejez, etapa vital:** esta concepción de la vejez resulta la mas equilibrada y moderna y se basa en el reconocimiento de que el transcurso del tiempo produce efectos en la persona, la cual entra en una etapa distinta de las vividas previamente. Esta etapa posee una realidad propia y diferenciada de las anteriores, limitada únicamente por condiciones objetivas externas y por las subjetivas del propio individuo. La vejez constituye, este punto de vista, un periodo semejante al de otras etapas vitales, como puede ser la niñez o la adolescencia, mas estudiada por los científicos naturales y sociales.

Como lo anotamos anteriormente para efectos de esta investigación tomaremos como referencia la definición de **vejez cronológica** la cual plantea que la tercera edad (adultos mayores), comienza a partir de los sesenta y cinco años.

Hasta no hace más de una década, la población de más de 65 años era percibida como un segmento poco atractivo, tanto por su escaso potencial consumidor como por unos hábitos de compra de escaso nivel cualitativo. Pero la mejora de las condiciones de vida, los cambios de la pirámide poblacional y el incremento del poder adquisitivo han hecho que se despierte el interés por los mayores.

2.2. CARACTERÍSTICAS DEL ADULTO MAYOR

2.2.1. Un poder adquisitivo aceptable. Un alto porcentaje de las personas mayores cobran jubilaciones importantes y poseen otras fórmulas de renta, por los ahorros realizados durante toda una vida. Además, sus gastos fijos son reducidos, al no tener grandes cargas como hipotecas, letras, etc. También hay que considerar que no se trata de un grupo homogéneo, sino que existen micro segmentos con un poder adquisitivo diferenciado y gustos bastante marcados.

2.2.2. Buena salud. La mejora de la calidad sanitaria hace que sea un grupo físicamente cada vez más activo. En los países occidentales, sólo un 5% sufre alteraciones psicosomáticas importantes. Por otra parte, las personas mayores no se consideran a sí mismas ancianas. Según algunos estudios, se autoperciben

unos 10 ó 15 años más jóvenes, siempre que gocen de buena salud. Todo ello hace que tengan un claro perfil de consumidores activos.

2.2.3. No tan conservadores. Se dice que son reacios a probar nuevos productos o servicios. Pero lo cierto es que lo son menos que pueda serlo cualquier otro segmento de población. El análisis del consumo de este colectivo social plantea nuevas situaciones. En primer lugar, las demandas que se derivan de la nueva autonomía que las personas mayores van a tener al poder disfrutar de la edad de la jubilación.

- Necesidad de llenar de contenido su tiempo libre.
- Necesidad de ser útiles.
- Necesidad de relacionarse.
- Necesidad de transmitir conocimientos.
- Necesidad de esparcimiento.

Y en segundo lugar, las necesidades que se relacionan con los requerimientos y con las dependencias que causa la vejez.

- Necesidad de superar la soledad y la disminución de ingresos.
- Necesidad de solucionar las actividades diarias.

- Demanda de profesionales de la salud y de infraestructuras que requiere la prevención gerontológica.
- Necesidades de cuidadores de las personas adultas.
- Necesidad de equipamiento doméstico o de infraestructuras domiciliarias que facilite su autonomía personal y la relación con los demás

Es previsible que va a tener un crecimiento importante la demanda de bienes y de servicios destinados a satisfacer las necesidades de las personas mayores y de quienes les atienden. Será un cambio cuantitativo y al tiempo cualitativo. Porque el mercado de las personas mayores resultará cada vez más grande y moverá una proporción mayor de los recursos públicos y privados; además, la oferta tendrá que abarcar un repertorio muy variado y especializado de productos y de prestaciones.

2.2.4. Consumo específico de los mayores. Se conocen cuales son las necesidades que pueden tenerse por específicas de la tercera edad y cabe ofrecer una interpretación y una síntesis de la información que se ha ido recogiendo y analizando en esta investigación.

Las pautas de consumo de las actuales generaciones de mayores, responden a una tensión existencial entre las dos demandas que más importancia tienen para

las personas de edad: el deseo de mantener la autonomía, conservando al tiempo la integración:

- a) La “autonomía” corresponde a la capacidad de no tener que depender de otras personas, ni para desempeñarse en las actividades de la vida cotidiana, ni económicamente.
- b) La “integración” se explicita en:
 - La permanencia en su casa y en el entorno donde los mayores están arraigados (barrio, pueblo).
 - La posibilidad de seguir desempeñando funciones útiles y apreciadas, en beneficio de sus familias y del resto de la sociedad.

Todas las necesidades específicas de las personas mayores que se han ido desgranando en este estudio, tienen que ver con alguna de esas demandas o con ambas. Y la satisfacción de cada una de ellas, puede abrir varias líneas distintivas de consumo:

- El consumo que sirve para preservar la salud o para restaurarla.
- Los bienes y los servicios que permiten seguir atendiendo el propio hogar, incluso cuando las facultades físicas comienzan a flaquear.
- Las infraestructuras y las ofertas que les permiten poder anudar y cultivar sus relaciones.

- . Cuanto contribuya a que la ocupación del tiempo rompa con el tedio y la soledad.

2.2.5. Demanda de servicios. Cada vez se reclaman más sistemas de atención a los mayores, tanto desde el ámbito público como desde el privado. Residencias, servicios de apoyo domiciliario y sistemas más avanzados como la teleasistencia, se están haciendo más necesarios día a día.

Frente a las antiguas fórmulas de internamiento, han nacido otros servicios que permiten al mayor poder recibir ayuda sin tener que abandonar el hogar. Las mejores condiciones de salud y de calidad de vida hacen que, en la mayoría de los casos, el anciano sea más autónomo y sólo necesite una ayuda para seguir su ritmo cotidiano.

En este ámbito, la medicina también ha avanzado. Actualmente se practica con las personas de edad, medidas preventivas, lo que les facilita el poder llevar una vida más sana y con menores riesgos de enfermedad. Entre estas medidas se encuentran, por ejemplo, las vacunaciones contra la gripe o los sistemas preventivos contra lo osteoporosis.

2.2.6. Más tiempo para el ocio. Según el informe realizado en 1998 por el Instituto Nacional de Consumo, *“el consumo específico durante la tercera edad, previsiblemente experimentará, durante los próximos años, un incremento y*

transformación de las demandas vinculadas al ocio y a la cultura, como consecuencia del mejor estado de salud y del más elevado nivel de formación que irán teniendo las nuevas promociones de los mayores”.

Tras la jubilación, las posibilidades de un mayor tiempo libre hacen que ya se reclamen productos y servicios dedicados a su ocio. En la actualidad los hombres y las mujeres mayores sienten la necesidad de contar con hogares y clubes dedicados a la tercera edad.

2.2.7. Turismo y medios de comunicación. *“Cuando me jubile, me voy a dedicar a hacer turismo”.* Aunque parezca una frase hecha, cada vez es mayor el número de personas mayores de 65 años que viaja.

Por otro lado, los mayores son grandes consumidores de los medios de comunicación en su más amplio sentido. El 97% de la población con más de 60 años ve la televisión. La radio y los periódicos –con un 84 y un 76%- son otros de los medios más consumidos por ellos. Por ahora, el uso de Internet está reservado a un pequeño número de ellos, aunque cada año crece el porcentaje que usa este sistema de comunicación.

2.2.8. El consumo relacionado con las demandas asistenciales. Se quiere que la atención de aquellas personas mayores que necesiten de cuidados, llegue a asumirse como una responsabilidad compartida entre las instituciones públicas, la iniciativa privada, y sus familiares. Tal vez haya que redefinir un pacto social,

entre familiares y las instituciones sociales, respecto a quienes deben atender a las personas mayores y con qué recursos.

La asistencia que deberán de recibir las personas de edad y quienes les atienden para hacer posible que continúen viviendo en sus hogares todo el tiempo que sea posible, contribuirá, en un grado insospechado, a ampliar y diversificar la demanda. Previsiblemente, se va a desarrollar la oferta de variados servicios de apoyo doméstico a los mayores, y a sus familiares, que hagan innecesario o que pospongan el internamiento en residencias.

No obstante, será obligado promover la apertura de residencias, al menos de aquellas que se especializan en atender y dar un techo a la población mayor que los gerontólogos denominan “asistida”. La atención a las personas mayores necesitadas de asistencia permanente o crónica, va a requerir de infraestructuras especializadas.

Sigue siendo válida la creencia de que quienes invirtieron su tiempo, su trabajo y su capital, en la crianza, la educación y la instalación de sus hijos, tienen derecho a ser correspondidos cuando la salud, la energía y los recursos van declinando.

En esa misma línea de economizar recursos públicos y privados y de prolongar en todo lo posible la autonomía de las personas mayores, la gerontología preventiva tendrá que instaurarse no sólo cuando surgen los achaques de la edad, sino años

antes, con la consecuente demanda de nuevas infraestructuras y de profesionales de la salud especializados.

2.2.9. Gastos satisfactorios e insatisfactorios.

- Tienen a mostrarse satisfechos del gasto realizado en comida; de los regalos que se hicieron a familiares; de los viajes, y de aquello que sirve, para la comunicación y la información (lectura, mantenimiento de relaciones con los demás).
- Tienen a mostrarse insatisfechos de los gastos efectuados en médicos, medicinas y atenciones de la salud; y los impuestos.
- Respecto a otros gastos, muestran un perfil ambiguo. Es decir, no clasifican ni como satisfactorios ni como insatisfactorios gastos como los de vivienda y su equipamiento; ropa; caprichos, hobbies.

2.2.10. Las causas de la insatisfacción. El amplio abanico de respuestas, en que los informantes insatisfechos describen, de forma abierta, las razones de su frustración, se puede dividir en tres grupos:

- En uno de cada dos casos el precio es el principal motivo de insatisfacción
- En uno de cada siete casos se lamentan que compraron algo innecesario, o caro para sus recursos.

- Manifiestan la queja de que los productos no están diseñados para que las personas de edad sepan usarlos y para que puedan disfrutarlos.

2.2.11. Los comportamientos de compra. Las personas mayores que disfrutan de movilidad y de autonomía, mantienen actividades de consumo muy semejantes a las que estaban acostumbradas en los años precedentes.

Una descripción de las pautas de compra de las personas mayores se resume en que cuidan su dinero. Compran en función de la confianza que les inspiran los artículos y los establecimientos, y no disponen de toda la información que necesitan, ni tampoco se hacen con ella.

- En su mayoría aprovechan ofertas y buscan rebajas.
- La fidelidad a los comercios, está muy generalizada.
- Son equivalentes las proporciones de personas mayores y de jóvenes, que leen las instrucciones que aparecen en los productos.
- Solicitar información al dependiente no está entre los comportamientos más habituales de las personas de edad.
- Entre las personas mayores se muestra esa relación que existe entre comportamientos vinculados al control del dinero y las rentas más bajas.
- Todos los hábitos de compra que suponen control del dinero, búsqueda de proveedores y de productos de confianza, información sobre lo que se

compra, son significativamente más frecuentes hasta los sesenta y nueve años. Y sólo decaen cuando se llega a los ochenta.

- Lo mismo sucede en el conjunto de la población. Hay más mujeres que varones fieles a sus proveedores y proclives a pagar en efectivo.
- También aparece entre los/las mayores esa menor capacidad para controlar el consumo que tienen quienes carecen de estudios.

Por su parte, los consumidores de más edad prefieren adquirir los bienes de conveniencia, como alimentos corrientes y otros bienes de consumo inmediato, en establecimientos próximos a sus domicilios, debido a las dificultades de movilidad o a los problemas de desplazamiento.

3. MARCO CONCEPTUAL

- **Tercera edad:** definida por el hecho de haber cumplido lo sesenta y cinco años, se basa en las edades de retiro tradicionales. Se fundamenta en la vejez histórica real del organismo, medida por el transcurso del tiempo.
- **Geriatría:** parte de la medicina, que estudia la vejez y sus enfermedades.
- **Gerontología SOCIAL:** trata de los fenómenos humanos asociados al hecho de envejecer.
- **Hábitos de compra:** es el proceso de toma de decisiones por el cual las personas establecen la necesidad de adquirir productos y servicios, e identifican, evalúan y eligen entre alternativas de marcas y proveedores.
- **Hábitos de consumo:** es la manera en que el comprador de un producto desempeña la labor total de compra de lo que esta tratando de obtener para usar el producto, cualquiera que éste sea.
- **Estilo de vida:** el estilo de vida de una persona es su patrón de vida en el mundo, expresado por sus actividades, intereses y opiniones. El estilo de vida retrata completamente a la persona en interacción con su ambiente.
- **Nicho de mercado:** son segmentos dentro de segmentos, es especializarse dentro de los diferentes segmentos del mercado. Este nicho debe tener potencial de crecimiento, así como suficiente tamaño y poder adquisitivo para ser rentables.

4. JUSTIFICACIÓN

En Cartagena, las personas de la tercera edad pertenecientes a los estratos 3,4,5 y 6 en su mayoría con capacidad de pago, criterio de selección y vitalidad para realizar sus propias actividades, representan un porcentaje significativo. Estas personas en la actualidad no cuentan con productos y/o servicios que satisfagan plenamente sus necesidades, deseos y expectativas. Por ello se ven condicionadas a consumir productos y servicios en función de sus grupos de referencia inmediatos, dentro de las limitaciones que ofrece el mercado.

Por lo anterior ha surgido el deseo de explorar este segmento del mercado, de tal manera que se pueda contar con información actualizada sobre su cuantificación y caracterización, que sirva para las empresas o instituciones que quieran ofrecer productos y/o servicios orientados a este grupo de personas que representan una buena oportunidad de negocios.

5. OBJETIVOS

5.1. GENERAL

- ✚ Conocer las necesidades, deseos y expectativas de las personas de la tercera edad, que teniendo capacidad de pago, no cuentan con productos y servicios orientados a este segmento.

5.2. ESPECIFICOS

- ✚ Conocer los hábitos de consumo de las personas de la tercera edad.
- ✚ Determinar las actitudes y hábitos de compra en las personas de la tercera edad.
- ✚ Establecer las condiciones sociodemográficas de los consumidores de la tercera edad.
- ✚ Describir el estilo de vida de las personas de la tercera edad.
- ✚ Identificar la situación de este mercado y qué oportunidades presenta para los diferentes sectores.

6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

6.1. TIPO DE ESTUDIO

Realizamos un análisis descriptivo utilizando el método transversal de encuestas estructuradas (ver anexo 1) y aplicado a personas de la tercera edad de los estratos 3,4,5 y 6 previamente seleccionadas a través de listados obtenidos por el fondo de pensiones y cesantías, Seguro Social, Cooperativas, EPS, entre otras instituciones.

6.2. RECOLECCION DE LOS DATOS.

6.2.1. Población de referencia. La población de referencia para el estudio sobre caracterización del mercado de adultos mayores, está conformada por las personas mayores de 65 años que viven en los barrios pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Cartagena, la cual es una ciudad con 1'005.385 habitantes, dato obtenido en el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE).

6.2.2. Muestra. La muestra de adultos mayores para la encuesta fue obtenida mediante un muestreo con población infinita, ya que no se contaba con información suficiente de la población de adultos mayores.

6.2.3. Tamaño de la muestra. Para el cálculo del tamaño muestral, se utilizó la fórmula para una proporción en poblaciones infinitas, con un nivel de confianza $1-\alpha=95\%$, una población desconocida, un error del 10% y con $p = 0.5$ que permitió el mayor tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} * p * q}{e^2} = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.1)^2} = 96.04$$

Donde:

Z_{1- α /2}: Es el coeficiente de la normal tipificada para un nivel de confianza dado.

p: Es la proporción del fenómeno en la población

q: Es el complemento de p, así, $q = 1 - p$

e: Es el margen de error, precisión o tolerancia para las estimaciones de las mediciones.

Para efectos de la investigación, la muestra se incremento en aproximadamente un 16% (de 96.04 a 112 personas) para aplicar un muestreo por cuotas no proporcionado en donde se dividirá la muestra en partes iguales para cada uno de los estratos, de la siguiente forma:

Tabla x. Distribución de la muestra por estratos

ESTRATO	MUESTRA
6	24
5	30
4	28
3	30
TOTAL	112

Fuente : elaboración propia

Muestreo por cuotas no proporcionado:

- Elemento muestral: hombres y mujeres de 65 años y más.
- Unidad muestral: hogar.
- Marco muestral: como se trata de un muestreo por cuotas no proporcionado, la cuota de encuestas para cada estrato socioeconómico es manejada libremente por el encuestador.
- Tiempo y espacio: la información se recolecto en la ciudad de Cartagena en los barrios del Recreo, la Concepción, la Castellana, Manga, Pie de la Popa, Crespo, Bocagrande y Castillogrande durante los días comprendidos entre el 27 de marzo y 03 de abril (Semana Santa).

7. TABULACION Y ANÁLISIS DE LOS DATOS.

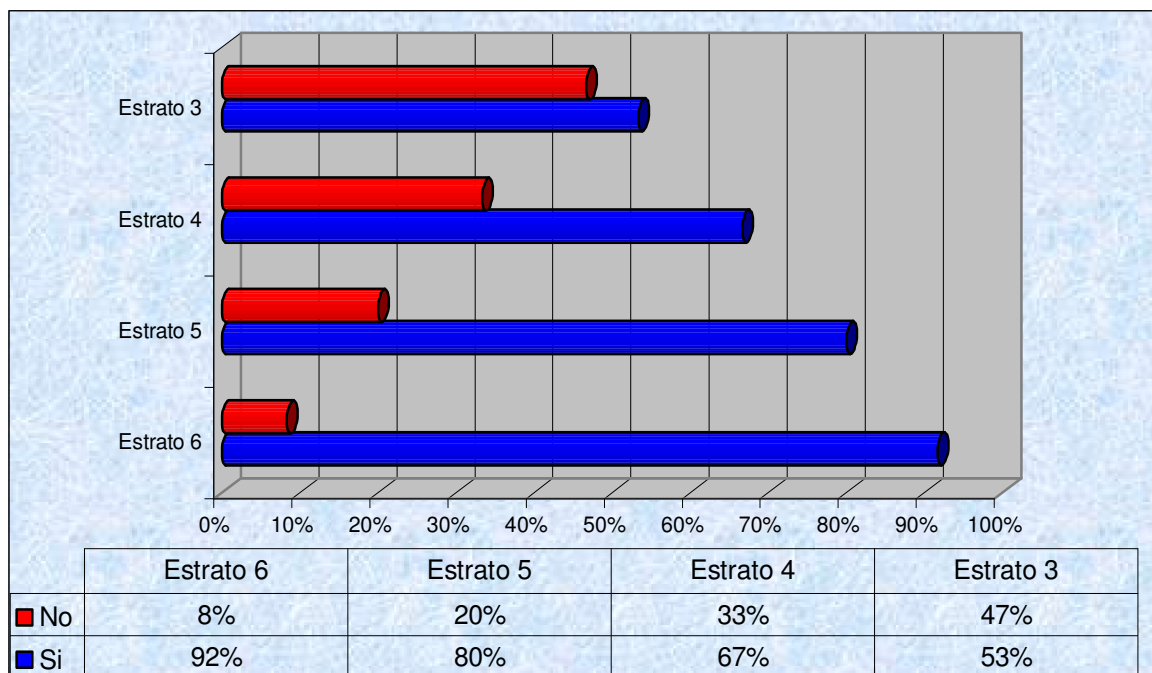
7.1. CARACTERIZACION DE LA TERCERA EDAD.

7.1.1. Generación u obtención de ingresos. El porcentaje de personas adultas que manejan ingresos propios guarda estrecha relación con el estrato social, pues este porcentaje aumenta significativamente entre un estrato y otro, a medida que aumenta el estrato, aumenta este porcentaje. Por consiguiente la condición en que se encuentran las personas mayores del estrato 3, es la más preocupante, en donde un porcentaje de aproximadamente un 47% no manejan ingresos propios, mientras que las personas del estrato 5 y 6, en su mayoría manejan ingresos propios, pues representan porcentajes de 80% y 92% respectivamente. En lo que respecta al estrato 4 aproximadamente el 67% de los adultos mayores manejan ingresos propios.

Todo lo anterior se fundamenta en que las personas de los estratos más bajos, tienen menos fuentes de ingresos que las personas de los estratos más altos, pues mientras que las personas de los estratos 3 y 4 su principal fuente de ingreso es la pensión, y los trabajos menores que realicen (trabajos manuales), los del estrato 5 y 6, tienen más alternativas de ingresos, pues muchos además de la pensión, desarrollan trabajos profesionales y tienen sus propias empresas y negocios, también durante su vida han hecho inversiones que hoy en día le

representan rentas e ingresos adicionales, estas personas se proyectan mas hacia el futuro y siempre están pensando en hacer inversiones o negocios que le generen alta rentabilidad o aumento de capital. Ver figura 2.

Figura 2. Manejo de ingresos.



Fuente: Encuesta, elaboración propia

Las principales fuentes de ingreso de las personas adultas las constituyen en primer lugar la pensión, en segundo lugar la realización de trabajos, en tercer lugar las rentas propias, en cuarto lugar la colaboración familiar y en quinto lugar se encuentran otras fuentes de ingresos distintas a las ya mencionadas. Las rentas propias como fuente de ingreso tienen su mayor porcentaje en el estrato 6 en donde aproximadamente el 50% de las personas mayores reciben ingresos por

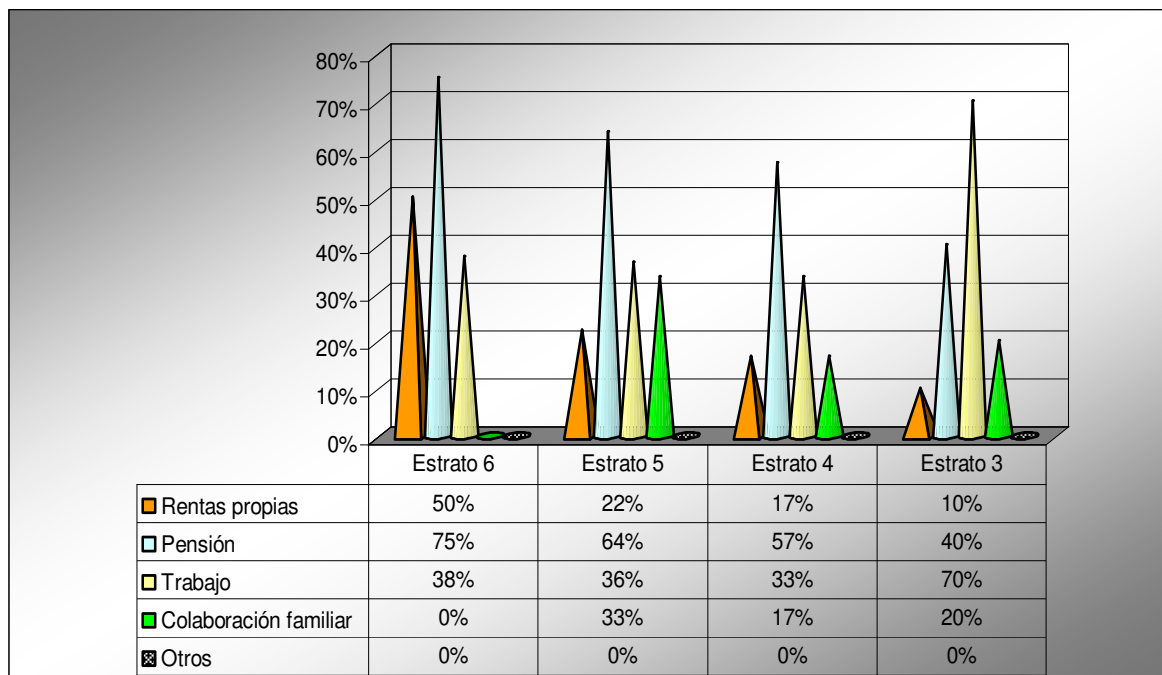
concepto de estas, producto de las inversiones que han hecho con los ahorros acumulados a lo largo de su vida laboral, este porcentaje baja considerablemente con relación al estrato 5, en donde solo el 22% reciben ingresos por concepto de rentas, pues tiene menos dinero disponible para realizar inversiones que le generen una renta, mientras que en los estratos 3 y 4, el porcentaje de personas que reciben ingresos por concepto de rentas es 10 y 17% respectivamente, bastante bajo en comparación con el estrato 6, debido a que estas personas tienen muchos menos excedentes para invertir, por el contrario lo que tiene apenas les alcanza para llevar un nivel de vida aceptable.

En lo que respecta a pensión sin duda alguna son los porcentajes mas dominante, este porcentaje baja a medida que baja el estrato pues si bien el cierto el mayor porcentaje de pensionados se encuentran en el estrato 6, con aproximadamente el 75%, y el menor en el estrato 3 con un 40%.

EL trabajo como fuente de ingreso es bastante significativo en el estrato 3, en donde aproximadamente un 70% de los adultos mayores de este estrato obtiene ingresos por concepto de trabajo, cabe destacar que este trabajo se refiere en gran medida a trabajos manuales que estas personas realizan (confección, realización de adornos, preparación de comidas) y también a trabajos profesionales básicamente en el campo de la docencia. En los estrato 4, 5 y 6, el porcentaje es bastante similar, pues oscila entre un 33% a un 38%. Cabe destacar que en especial en el estrato 6, cuando se habla de trabajo, se enfocan más

específicamente en trabajos profesionales y no en trabajos manuales de los cuales raramente obtienen ingresos, pues lo hacen para ocupar el tiempo y no para obtener ingresos, que es totalmente diferente a lo que sucede en el estrato 3 y 4. Ver figura 3.

Figura 3. Principales fuentes de ingresos³.



Fuente: Encuesta, elaboración propia

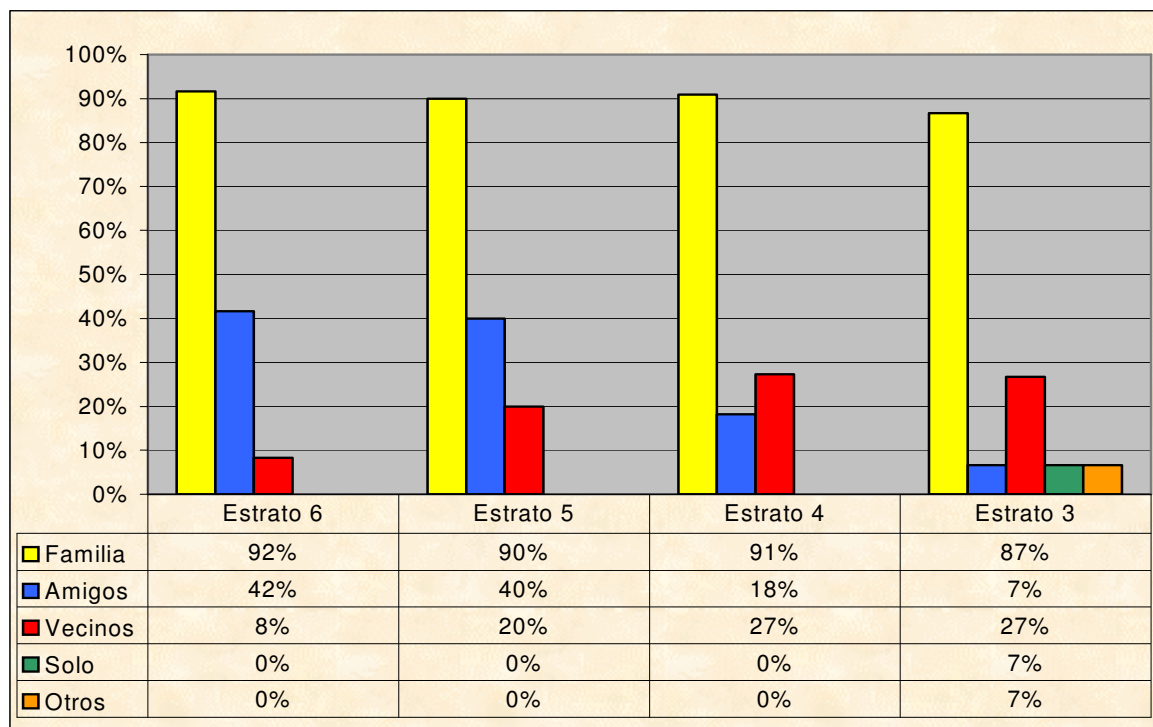
³ Al realizar la pregunta correspondiente, el encuestado, tenía la posibilidad de escoger una o varias de las opciones descritas en la encuesta, es por esto que la suma de los resultados por estratos no son del 100%.

7.1.2. Hábitos familiares y grupales. Los adultos mayores de los estratos 3, 4, 5 y 6, la mayor parte del tiempo la pasan con sus familiares. Aproximadamente un 90% de estos así lo hacen.

También comparten su tiempo con amigos; en el estrato 6 alrededor del 42%, porcentaje que se fundamenta en que estas personas asisten de manera regular a clubes sociales y eventos en donde se integran con amigos y allegados. Este porcentaje disminuye a medida que baja el estrato. Aunque entre el estrato 6 y 5 no hay mucha diferencia, pues en el estrato 5 el 40% comparte gran parte de su tiempo con amigos, ya en los estratos 3 y 4, si se hace más notoria la diferencia pues en estos solo el 7% y 18% respectivamente comparten gran parte del tiempo con amigos, pues estas son personas que salen de manera muy esporádica ya que se encuentran muy ocupadas con otras labores o prefieren no salir.

En los estratos 3 y 4, la vida social entre vecinos es mucho mas activa, a diferencia de los estratos mas altos sobretodo en el estrato 6, en donde se presenta el caso que incluso los vecinos no se conocen o si se conocen generalmente solo se saludan, es decir no existe una relación de amistad, por esto un tan bajo porcentaje de adultos del estrato 6 comparten su tiempo con los vecinos, solo el 8%. Ver figura 4.

Figura 4. Personas con las que comparten la mayor parte de su tiempo⁴.



Fuente: Encuesta, elaboración propia

Los adultos mayores asisten a diferentes grupos, con el fin de distraerse y buscar relajación. Entre los grupos mas concurridos se encuentran los grupos de oración, grupos políticos, grupos de acción comunal, entre otros. Un gran porcentaje de adultos mayores asiste a grupos de oración, pues encuentran en la oración mucha paz y tranquilidad espiritual, es por eso que en momentos en que tienen problemas su principal aliado es la oración. Los grupos de oración es sin duda alguna el grupo social al cual recurren el mayor porcentaje de adultos mayores por

⁴ Al realizar la pregunta correspondiente, el encuestado, tenia la posibilidad de escoger una o varias de las opciones descritas en la encuesta, por esto la suma de los resultados por estratos no son del 100%.

encima de cualquier otro tipo de grupo. Pues si observamos la figura 8 los porcentajes mas altos dentro de cada estrato corresponden a los grupos de oración.

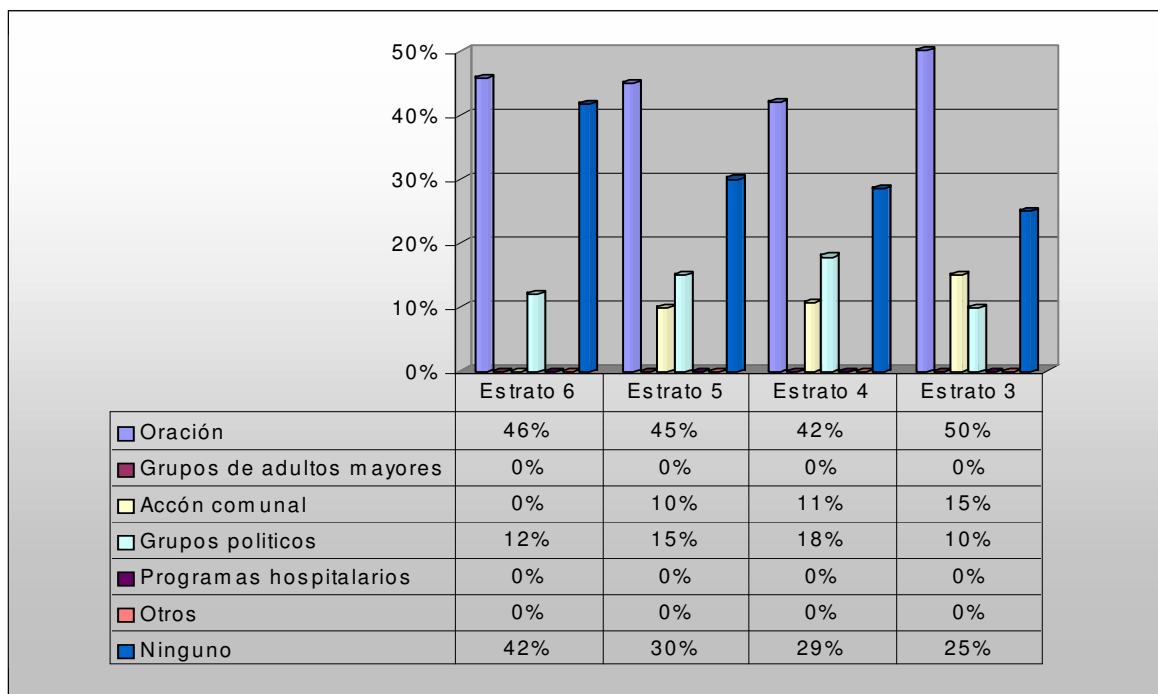
En lo que respecta a grupos de adultos mayores, prácticamente la asistencia a estos es nula, pues en Cartagena no hay grupos de este tipo con una organización definida, a diferencia de ciudades como Medellín en donde existen muchos grupos exclusivamente de personas mayores, en los cuales estas se integran mediante la realización de eventos, paseos, viajes, etc. Estos grupos tienen una organización definida y todos trabajan mancomunadamente por el logro de unos objetivos colectivos o de grupo.

La participación de los adultos mayores en grupos de acción comunal, es bastante baja. Su máximo porcentaje se presenta en el estrato 3 con un 15% de participación, esto se fundamenta en que las personas de los estratos mas bajos se preocupan en mayor medida por los problemas del barrio o la comunidad que las personas de los estratos mas altos, por esto en los estratos mas altos la participación en estos grupos es mas baja, en el caso del estrato 6 solo un 10% de los adultos mayores asisten a grupos de acción comunal.

La participación en grupos políticos es bastante homogénea en relación con los diferentes estratos pues estos porcentajes difieren entre 10 y 18%.

Es importante destacar que un gran porcentaje de adultos mayores no están vinculados o no asisten a ningún tipo de grupo de carácter social. Este porcentaje aumenta a medida que aumenta el estrato social, pues la gente de los estratos mas altos es un poco reacia a participar en este tipo de grupos sobre todo en aquellos relacionados con la comunidad, pues no son de su preferencia, para ellos la vida social se da en el club y en eventos donde pueden interactuar con personas de igual condición socioeconómica. A diferencia de las personas de los estrato mas bajos en donde su vida social esta enmarcada dentro de los grupos ya mencionados, pues son los momentos de los cuales disponen para interactuar con sus amigos y allegados. Ver figura 5

Figura 5. Participación en diferentes grupos sociales.



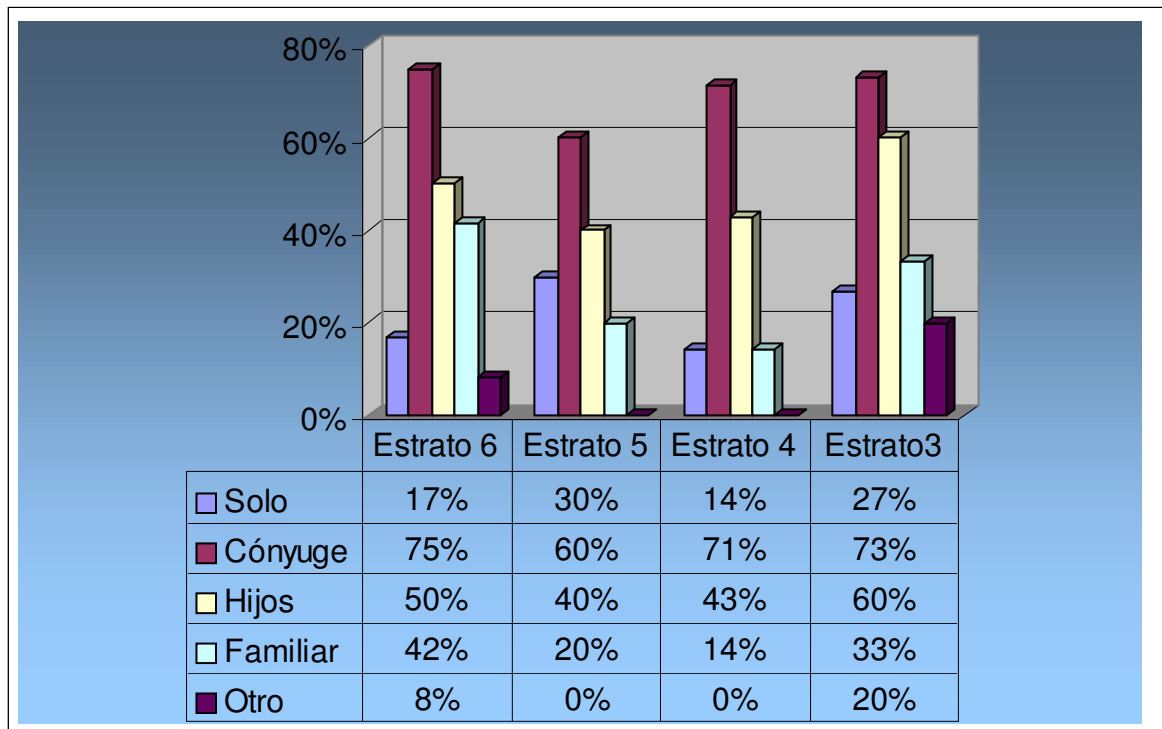
Fuente: Encuesta, elaboración propia

7.2. ESTILO DE VIDA, HABITOS DE COMPRA Y HABITOS DE CONSUMO.

7.2.1. Estilo de vida. La familia, como sistema social cumple con dos funciones básicas a saber: la primera es asegurar la supervivencia, el bienestar físico, la suficiencia de alimento y vestido, y la seguridad a los miembros de ella; y la segunda, proporcionar los vínculos afectivos de los mismos miembros. En el adulto mayor, la familia se constituye en la red de apoyo social informal que le proporciona el mayor sustento físico y moral en la vejez.

Con respecto a las personas con las que vive el adulto mayor de la ciudad de Cartagena, de los encuestados el 86% manifestó que vivía con su familia comprendiendo en este término a: cónyuges o compañeros, hijos, yernos o nueras, nietos, hermanos, sobrinos y a todos aquellos con los que tenga un vínculo sanguíneo en primer o segundo grado; el 10% manifestaron vivir solos o solas y el 4% vive con amigos o personas con los que tenga algún vínculo afectivo. Ver figura 6

Figura 6. Personas con las que habita.



Fuente: Encuesta, elaboración propia

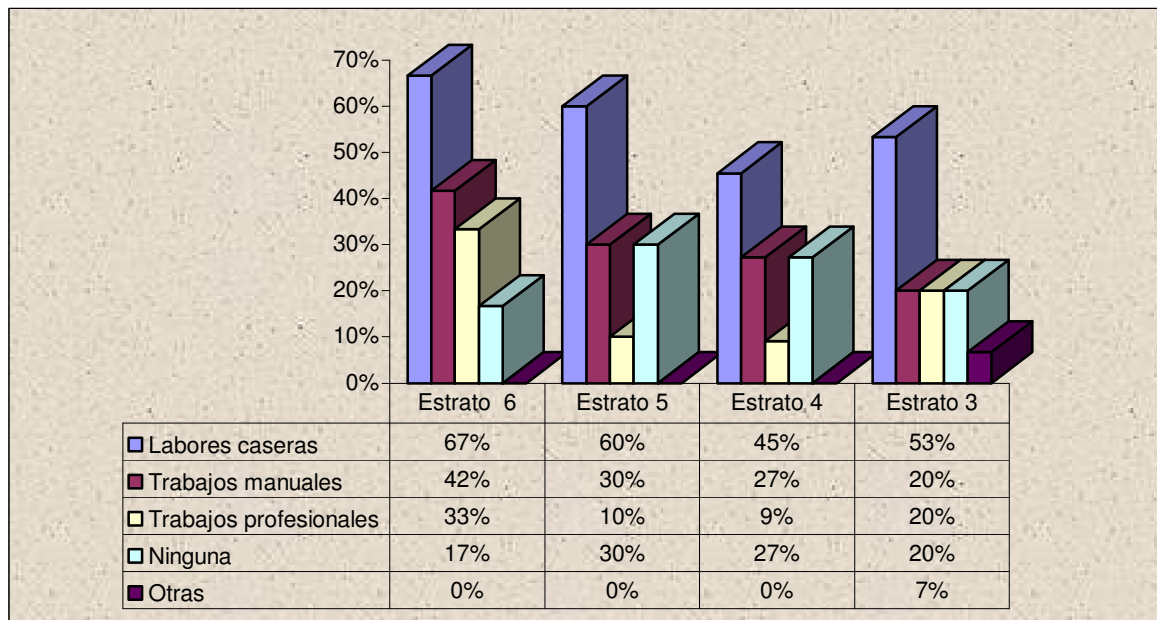
La mayor parte de la población de adultos mayores se dedica a la realización de labores caseras, en los estratos 3, 5 y 6 en un porcentaje superior al 50%, a excepción del estrato 4, en donde solo un 45% se dedica a estas labores. Es interesante conocer que el porcentaje mas alto se presenta en el estrato 6, dicho porcentaje se fundamenta en que a estos, les gusta colaborar en la preparación de alimentos, sobre todo en la realización de recetas especiales y de postres o dulces, para compartirlos con sus nietos. Entonces desde ese punto de vista la concepción o percepción que tiene los adultos mayores del estrato 6 y 5, es bastante diferente a la percepción que tienen los del estrato 4 y 3, sobre la

realización de labores caseras, puesto que a estos les toca realizar labores mucho mas pesadas como lo es el aseo y/o la preparación de los alimentos de manera rutinaria, e incluso dentro de estas actividades se contempla el cuidado de los nietos.

En lo que respecta a la ocupación del tiempo en trabajos manuales, podemos observar que este porcentaje va incrementado del estrato 3 al estrato 6, lo que se explica en que las personas de estrato 5 y 6, dispone de mucho mas tiempo libre que las personas del estrato 3 y 4, pues la mayor parte del tiempo la ocupan en labores caseras de tipo rutinario, mientras que las del estrato 6 y 5 realizan labores caseras, pero mucho mas simples y esporádicas, por tanto tendrían mucho mas tiempo libre, para aprender a realizar trabajos manuales, con la ayuda de cursos, revistas o algún otro medio en particular.

En la realización de trabajos profesionales vemos que el porcentaje más alto lo representan las personas del estrato 6, esto debido a que en este estrato hay muchas personas adultas que son profesionales y tienen sus propias empresas o negocios, a los cuales dedican un gran porcentaje de su tiempo. También es importante destacar que un porcentaje considerable del estrato 3 se dedica a la realización de trabajos profesionales, este porcentaje es del 20%, el cual se explica en que en la actualidad hay muchas personas adultas de este estrato que se dedican a la docencia y otras actividades relacionadas. Ver figura 7.

Figura 7. Principales actividades realizadas⁵



Fuente: Encuesta, elaboración propia

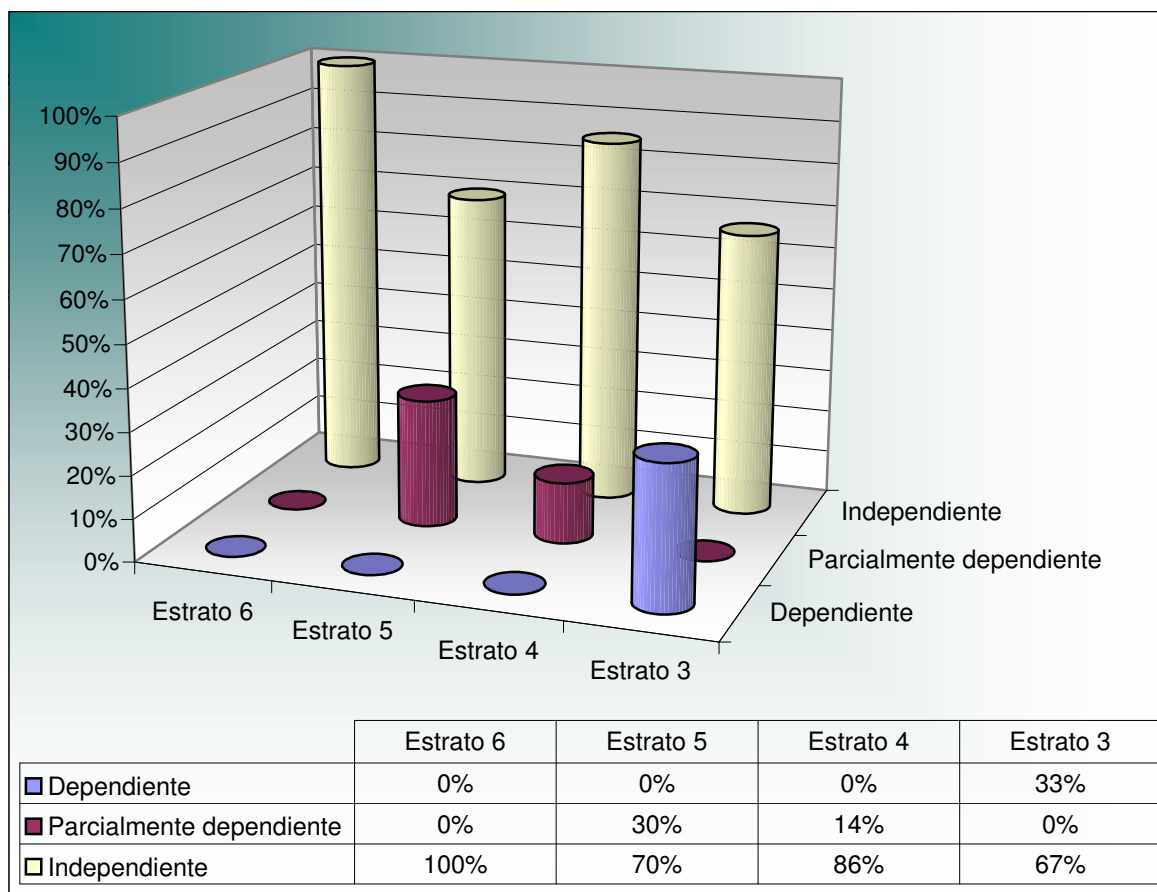
La capacidad funcional del adulto mayor o la valoración de los elementos con que cuenta para enfrentar las situaciones difíciles de su vida (enfermedad, discapacidad, minusvalía) determina cuanta vulnerabilidad física, mental, social y funcional tiene y puede formular los criterios acerca de cómo emplear correctamente las aptitudes y habilidades existentes, estimar el nivel en que se realizan las tareas cotidianas y la necesidad de atención a corto y largo plazo.

Para determinar el grado de autonomía del adulto mayor se indagó sobre la percepción que tienen sobre la capacidad funcional para realizar las actividades

⁵ Al realizar la pregunta correspondiente, el encuestado, tenía la posibilidad de escoger una o varias de las opciones descritas en la encuesta, es por esto que la suma de los resultados por estratos no son del 100%.

cotidianas básicas o necesarias, para llevar una vida independiente, dependiente y parcialmente dependiente. En general, el 80% se consideró independiente, el 9% parcialmente dependiente y el 12% totalmente dependiente. Ver figura 8

Figura 8. Percepción del adulto mayor sobre grado de autonomía para realizar las actividades básicas cotidianas.



Fuente: Encuesta, elaboración propia

Las personas mayores cuando están deprimidas recurren principalmente a la familia, este porcentaje es menor en los estratos altos pues estos tienen o

manejan otras opciones por ejemplo la ayuda de personas profesionales (psicólogos). También es común que además de recurrir a la familia también recurran a los amigos, y en este sentido se presenta una tendencia que muestra que a medida que aumenta el estrato el porcentaje de personas que recurren a los amigos en momento de depresión, también aumenta. Totalmente lo contrario que sucede con las personas que recurren a familiares puesto que a medida que aumenta el estrato el porcentaje de estas personas disminuye.

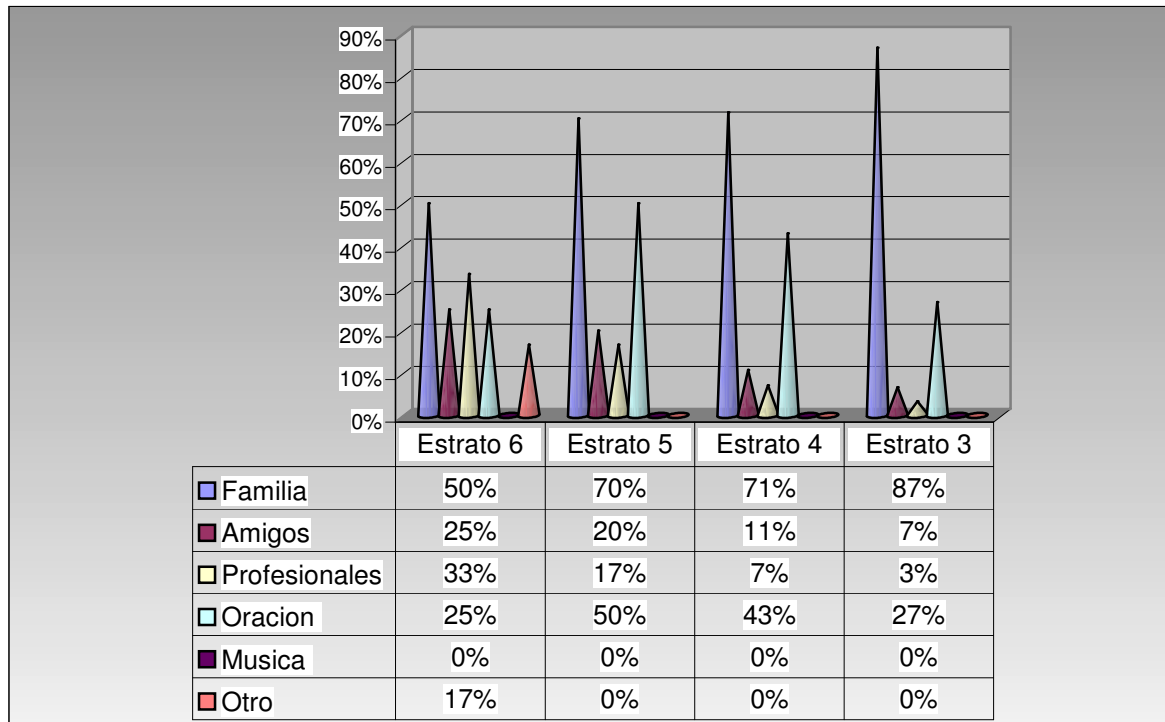
La tendencia del aumento de los porcentajes de las personas que recurren a los amigos, se debe a que las personas de estratos mas altos, tienen mucho mas tiempo que las personas de los estratos mas bajos para compartir con sus amigos, situación que hace que se creen vínculos afectivos mas fuertes entre las personas pues se frecuentan mucho mas, en este tipo de relaciones existe mucha confianza y seguridad, lo que facilita el intercambio de ideas.

En lo que respecta a la ayuda profesional vemos que los mayores porcentajes se dan en los estratos mas altos, esto evidencia su alta capacidad de pago pues recurrir a este tipo de ayudas es bastante costoso, razón por la cual un muy poco porcentaje de personas del estrato 3 y 4 (alrededor del 3% y el 7% respectivamente) recurren a este tipo de ayudas.

Un gran porcentaje de adultos mayores recurren a la oración cuando están deprimidos, ya que la oración les otorga mucha paz y tranquilidad, los encuestado anotaron “cundo rezo me olvido de todos los problemas”.

Solo las personas del estrato 6 recurren a otras practicas distintas en momentos de depresión, practicas relacionadas con cuestiones espirituales, como Yoga. Ver figura 9

Figura 9. Principales personas o actividades a las que se recurre cuando se está deprimido⁶.



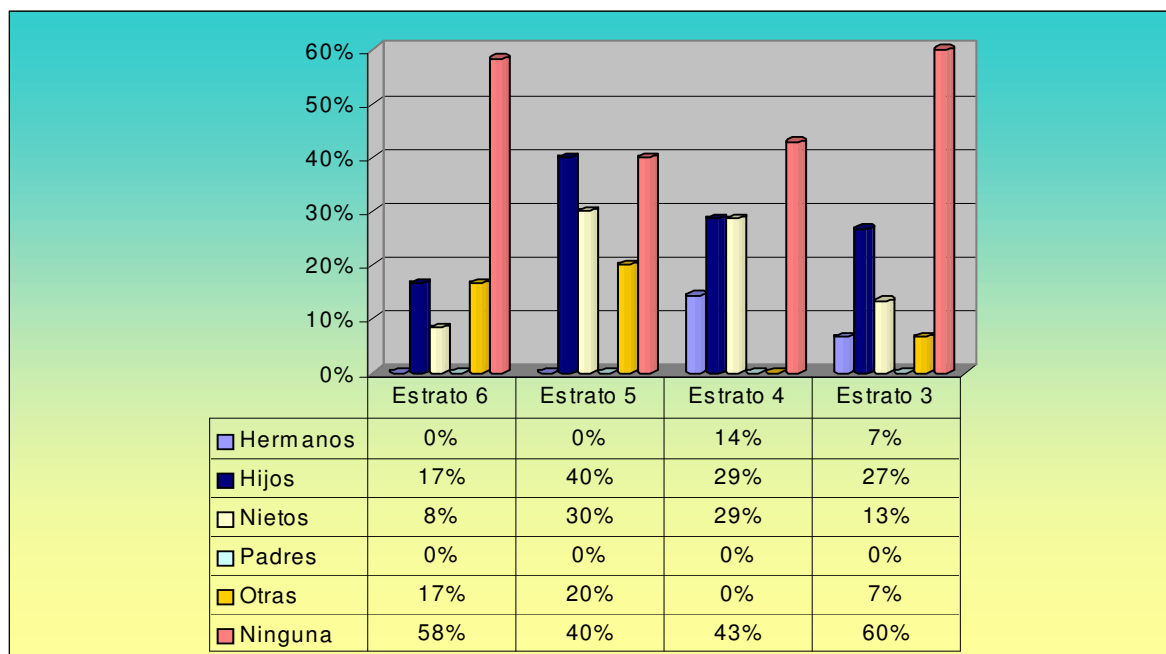
Fuente: Encuesta, elaboración propia

En términos generales podemos decir que un alto porcentaje de personas adultas responden económicamente por otras personas, dentro de esas personas se encuentran principalmente hijos, nietos y en un bajo porcentaje hermanos. Esto es

⁶ Al realizar la pregunta correspondiente, el encuestado, tenía la posibilidad de escoger una o varias de las opciones descritas en la encuesta, por esto la suma de los resultados por estratos no son del 100%.

una realidad que se vive a diario, ya que muchas personas adultas no pueden disfrutar sus ingresos a causa de que tiene muchas responsabilidades o cargas económicas que no deberían asumir, por ejemplo es muy común ver como a muchas señoras les toca pagar el colegio o la universidad de sus nietos, dar el dinero para las compras de alimentación y artículos para el hogar, lo cual no debería ser así, pues la idea es que ellos puedan disfrutar de sus ingresos, pues ya ha sido suficiente el trabajo que han realizado durante toda la vida, entonces ese dinero que obtiene deberían utilizarlo para darse gusto y no asumiendo cargas que no les corresponde. Ver figura 10

Figura 10. Personas por las que responden económicamente⁷.



Fuente: Encuesta, elaboración propia

⁷ Al realizar la pregunta correspondiente, el encuestado, tenía la posibilidad de escoger una o varias de las opciones descritas en la encuesta, por esto la suma de los resultados por estratos no son del 100%.

Las actividades básicas cotidianas de orden instrumental, es donde se combinan actividades físicas con elementos o instrumentos, como: tomar un transporte público, desplazarse a los supermercados para realizar compras, regresar nuevamente a su vivienda, tomarse sus propios medicamentos, subir y bajar escalas, etc. Este componente lo conforman variables subjetivas⁸ que muestran la dependencia o independencia del adulto mayor para realizarlas y la combinación de autonomía y estado de salud para realizar actividades comunes, dependiendo de su condición física.

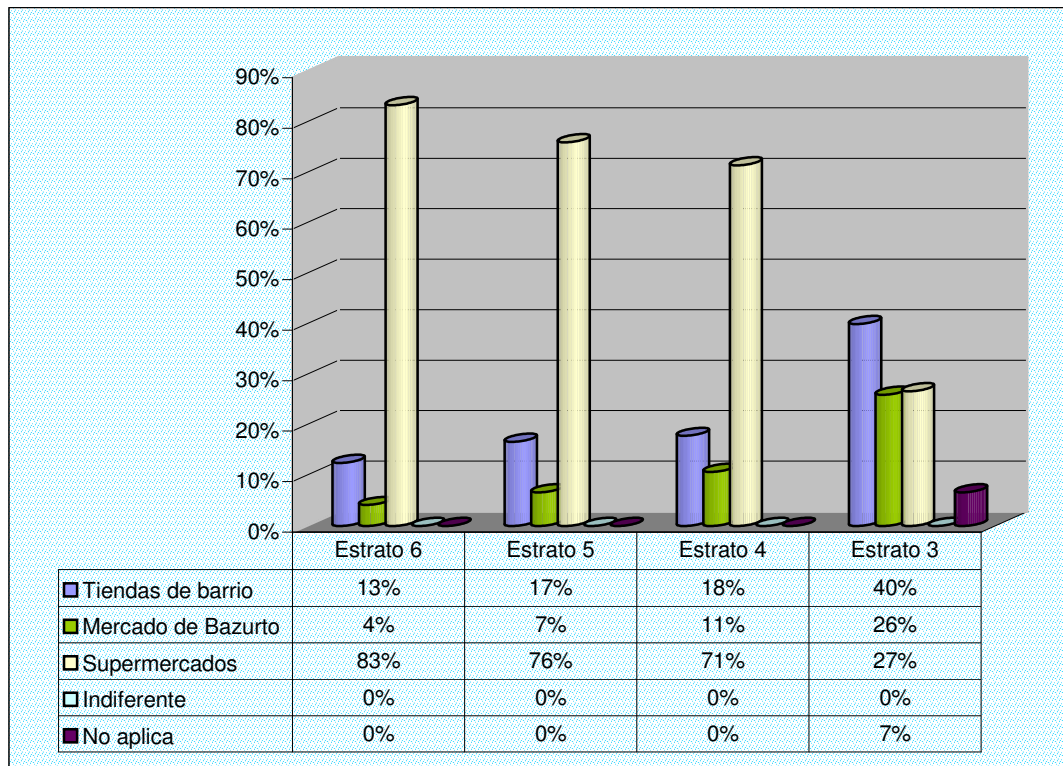
En forma general, se evidenció como lo relacionado con la calidad de vida del adulto mayor cobra una importancia significativa en lo concerniente a aspectos subjetivos o percepciones de los adultos en lo referente a su convivencia, salud, independencia o autonomía, y aspectos objetivos como los económicos y de seguridad social, pasando a un segundo nivel algunas variables objetivas o aspectos materiales considerados como componentes principales para medir la calidad de vida en general, entre ellas, las relacionadas con la vivienda. Lo anterior ofrece elementos importantes en el análisis de la calidad de vida del adulto mayor, en el sentido de poner mayor atención a las reales necesidades de este grupo, que permiten priorizar políticas e intervenciones encaminadas a satisfacerlas, sin circunscribir todas las necesidades a aspectos materiales u objetivos. Ver anexo 2

⁸ Por "subjetivo" se entiende aquello que depende de los sentimientos o de las impresiones personales y que no se puede medir directamente salvo preguntádoselo a los interesados.

7.2.2. Hábitos de compra. Los adultos mayores tienden a ser cada vez menos dependientes para realizar sus actividades, siendo la compra de efectos personales una de ellas. Existe un amplio porcentaje de la población de adultos mayores (77% aprox.) que prefieren hacer sus compras de alimentación y limpieza en los supermercados, esto es debido a que a estas personas les gusta no solo hacer las compras si no también distraerse y pasar un rato agradable ya sea con sus familiares y/o amigos.

Se puede notar igualmente la escogencia de las tiendas de barrio principalmente en el estrato 3; esto es debido a que en ese estrato los ingresos son relativamente bajos en comparación con los otros estratos y por ende prefieren ir a las tiendas de barrio por que allí además de encontrar los productos en las cantidades que desean pueden obtener crédito; estas ventajas no las encuentran en los supermercados. Ver figura 11.

Figura 11. Preferencias por sitio de compra de productos de alimentación y limpieza



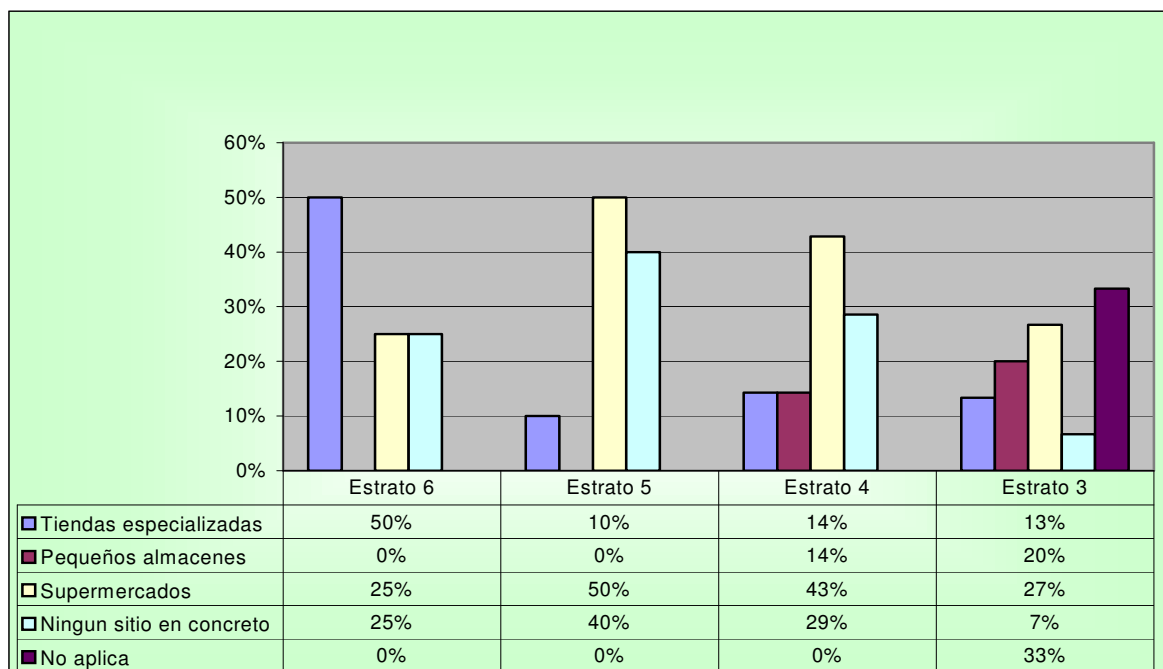
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

En cuanto a los escenarios de compra, la tendencia principal es la combinación de la compra y el ocio, con la explosión de centros comerciales, en los que hay actividades para todos los miembros de la familia, y en donde el adulto mayor puede realizar actividades y recrearse mientras hace las compras pertinentes, además, se facilita el proceso de compra al combinar diferentes servicios en un sólo lugar.

Un porcentaje significativo (50%) de los adultos mayores en el estrato 6 compran sus productos de confección, calzado y del hogar en tiendas especializadas, esto nos muestra como los niveles de ingreso se reflejan a la hora de hacer sus compras, además, el acceso a estas tiendas especializadas es mucho mas fácil por las personas del estrato 6.

Por otra parte los estratos 3 y 4 hacen la mayoría de las compras en pequeños almacenes y supermercados, esto también tiene que ver con la ubicación de estos cerca de sus barrios. Ver figura 12

Figura 12. Preferencia por sitio de compra de productos de confección, calzado y del hogar ⁹



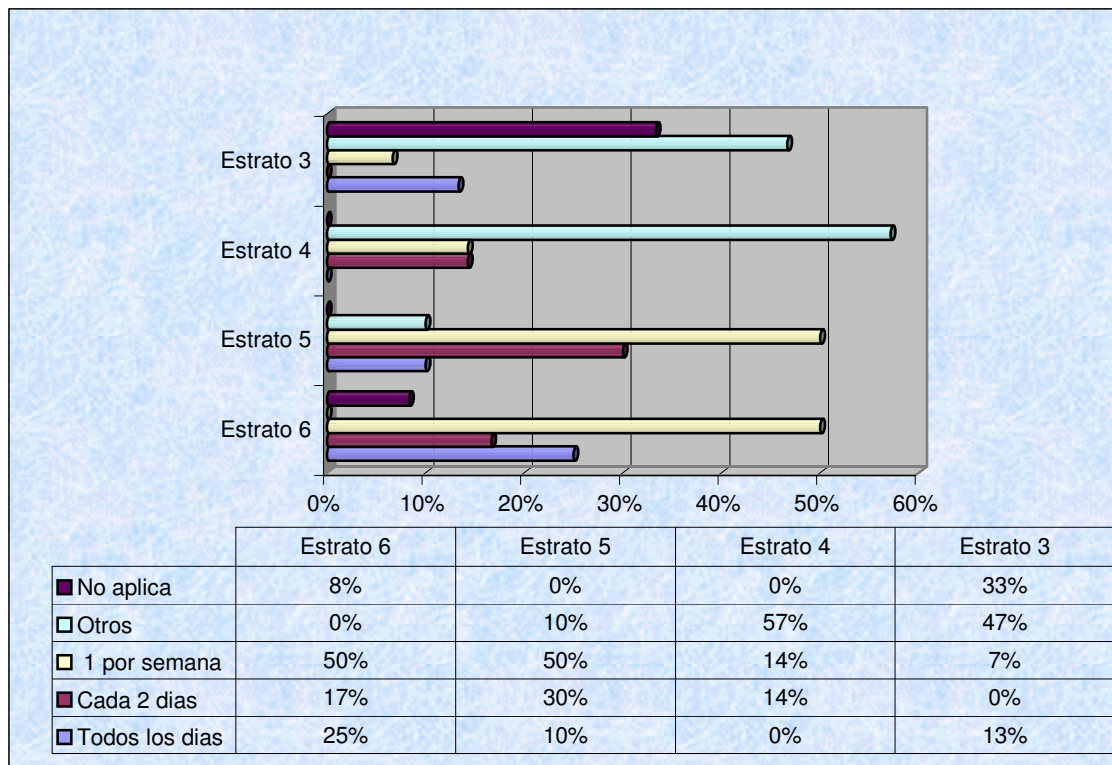
Fuente: Encuesta, elaboración propia

⁹ Un 33 % de las personas de la tercera edad del estrato 3 no contestaron ésta pregunta debido a que al ser encuestados, prefirieron reservar el sitio de compra. En los demás estratos no se presentó esta situación.

Por hábitos de compra, una vez a la semana, es el periodo más común para realizar las adquisiciones en los estratos 5 (50%) y 6 (50%). El grupo de adultos mayores del estrato 3 y 4 muestra un comportamiento distinto y tiende a realizar sus compras cada quince o cada treinta días.

Es por esto que la opción “**otros**” se encuentra con un porcentaje alto en los estratos 3 (47%) y 4 (57%), la razón de este echo es que estas personas esperan a que les llegue el sueldo (cada 15 o 30 días) para poder hacer sus compras. Ver figura 13

Figura 13. Frecuencia de compra

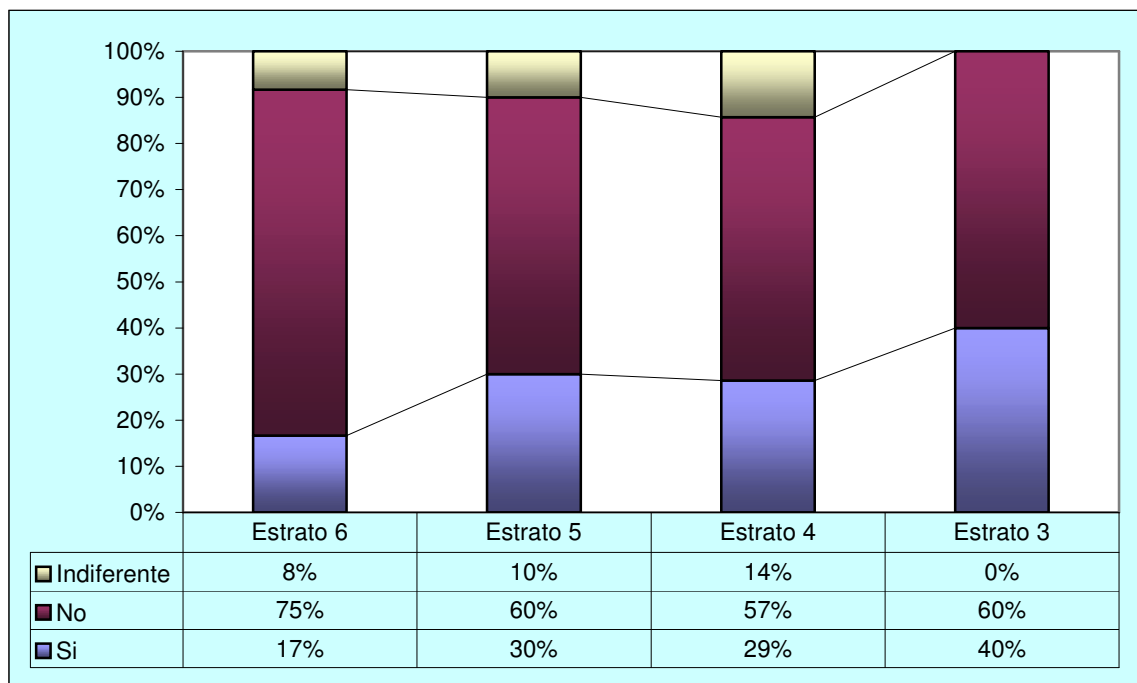


Fuente: Encuesta, elaboración propia

Si bien la compra con entrega a domicilio va ganando adeptos, de forma particular entre los más jóvenes, las personas de mayor edad, que podrían ser más beneficiarias del servicio, son más reacias y prefieren "ver y tocar" lo que compran. Precisamente, las personas que más podrían beneficiarse de este sistema, las personas de mayor edad, son quienes muestran una menor aceptación de este tipo de compra.

En Cartagena, el 70% de las personas encuestadas no están de acuerdo o simplemente les es indiferente el servicio a domicilio ya que prefieren ir ellos mismos a escoger sus productos, y una segunda razón es el hecho de ir a pasear y encontrarse con sus amigos. Ver figura 14.

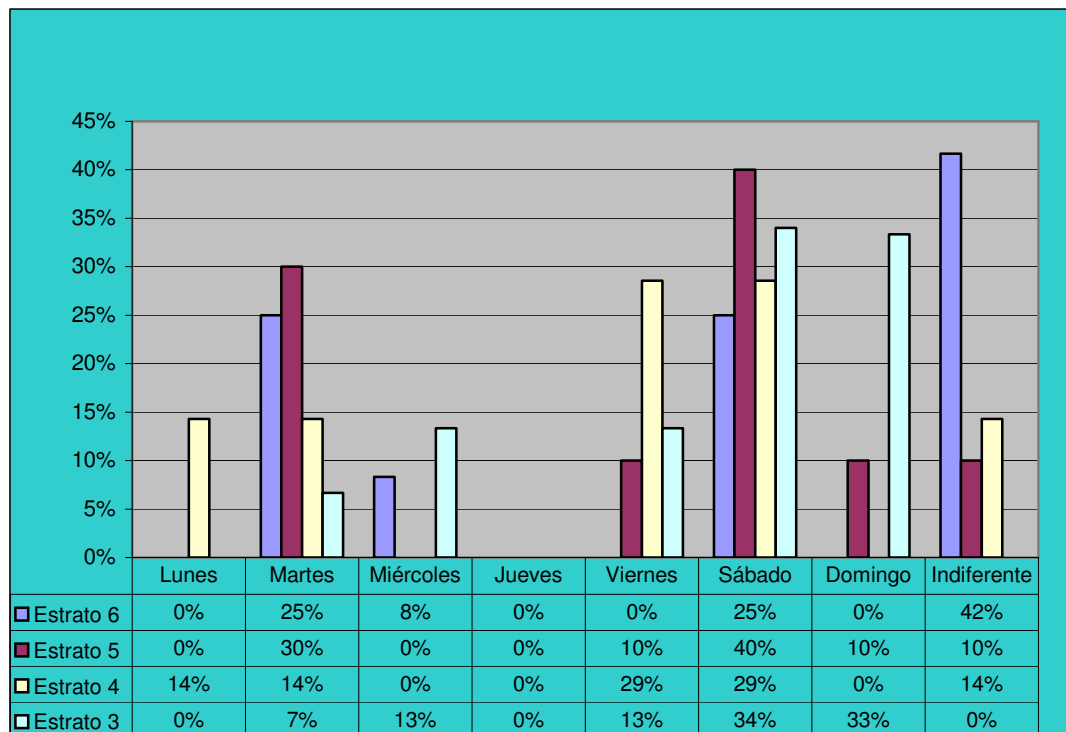
Figura 14. Servicio a domicilio



Fuente: Encuesta, elaboración propia

Cada vez se tiende más a realizar la compra en un día determinado de la semana, con preferencia el sábado. Aquellas personas que a pesar de la edad, todavía laboran, para estas personas es mucho mas conveniente ir de compras los fines de semana por que pasan mas tiempo ocupadas. Las demás personas de la tercera edad prefieren ir en el transcurso de la semana por motivos de congestión. Otra razón de este comportamiento es por que en su mayoría aprovechan ofertas y buscan rebajas, y es por esto que las personas de la tercera edad aprovechan los días mencionados anteriormente para salir a realizar sus compras. Ver figura 15.

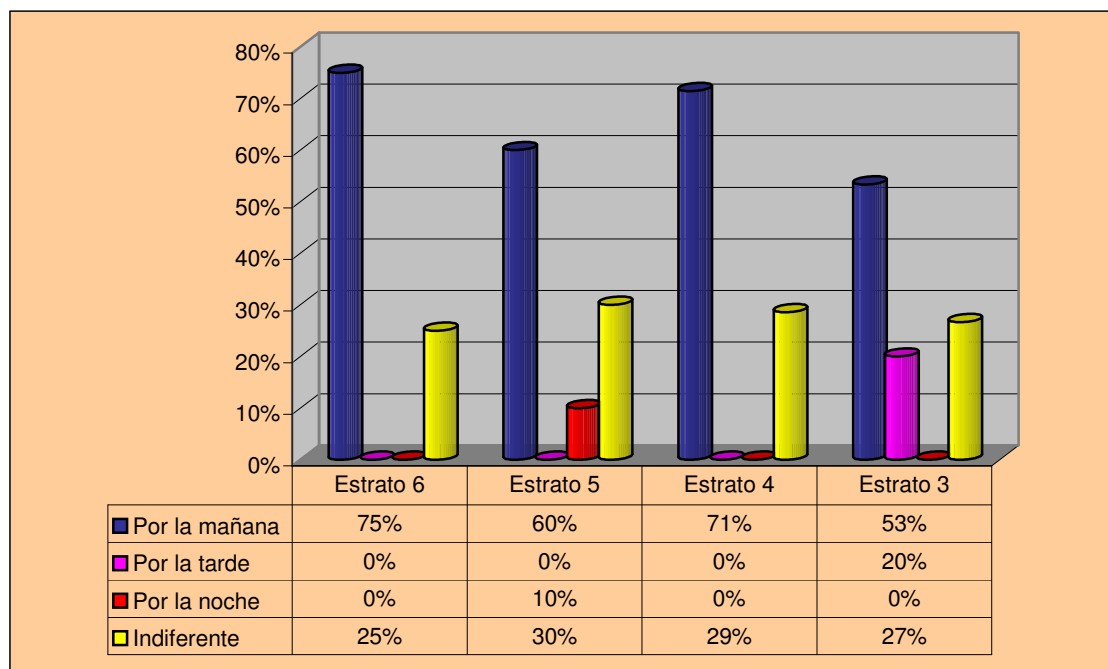
Figura 15. Preferencia según día de la semana



Fuente: Encuesta, elaboración propia

En cuanto al horario de mayor conveniencia para efectuar las compras, depende sobretodo de las circunstancias laborales. Por la tarde, es el periodo más aceptado por quienes tienen el tiempo más ocupado, siendo la principal causa de las diferentes respuestas en función del sexo y la edad., mientras que las personas que están jubiladas les es mucho mas fácil y descongestionado ir de compras en el transcurso de la semana sobre todo en la mañana por efectos de clima, seguridad, visibilidad entre otros factores. Ver figura 16

Figura 16. Preferencia de compra según horario

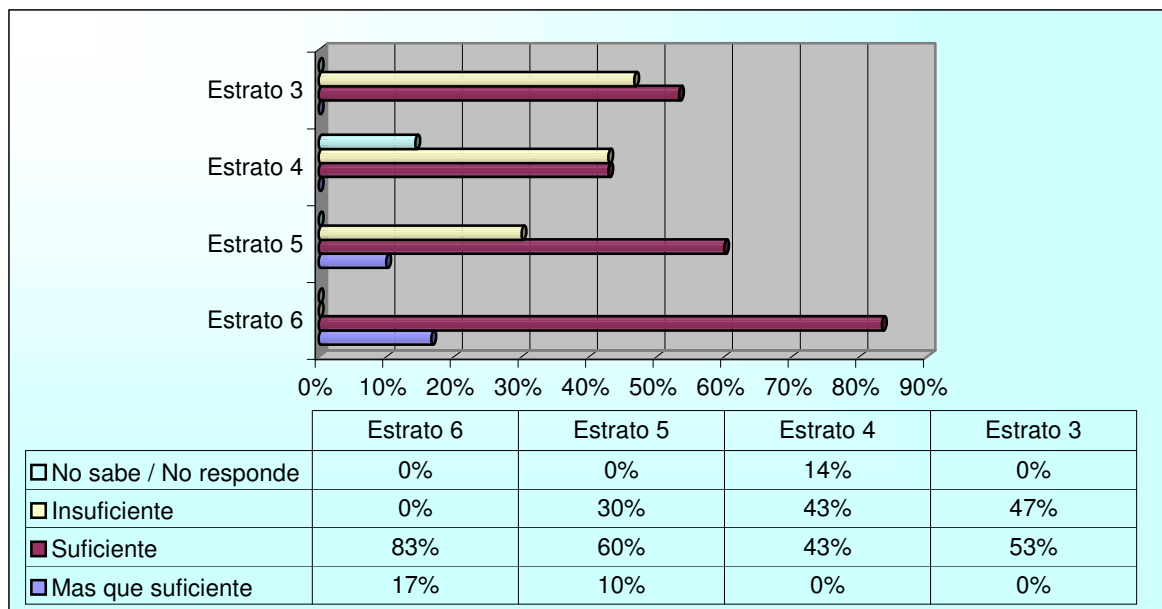


Fuente: Encuesta, elaboración propia

Un alto porcentaje de las personas mayores cobran jubilaciones importantes y poseen otras fórmulas de renta, por los ahorros realizados durante toda una vida. Además, sus gastos fijos son reducidos, al no tener grandes cargas como hipotecas, letras, etc. También hay que considerar que no se trata de un grupo homogéneo, sino que existen micro segmentos con un poder adquisitivo diferenciado y con gustos muy marcados.

Observamos como un alto porcentaje del estrato 3 (47%) no esta satisfecho con la situación económica actual, mientras que en el estrato 6 la gran mayoría (83%) piensa que su situación económica es suficiente y un 17% dicen estar mucho mejor. Aquí podemos ver como a medida que se sube de estrato, la calidad de vida aumenta. Ver figura 17

Figura 17. Independencia económica



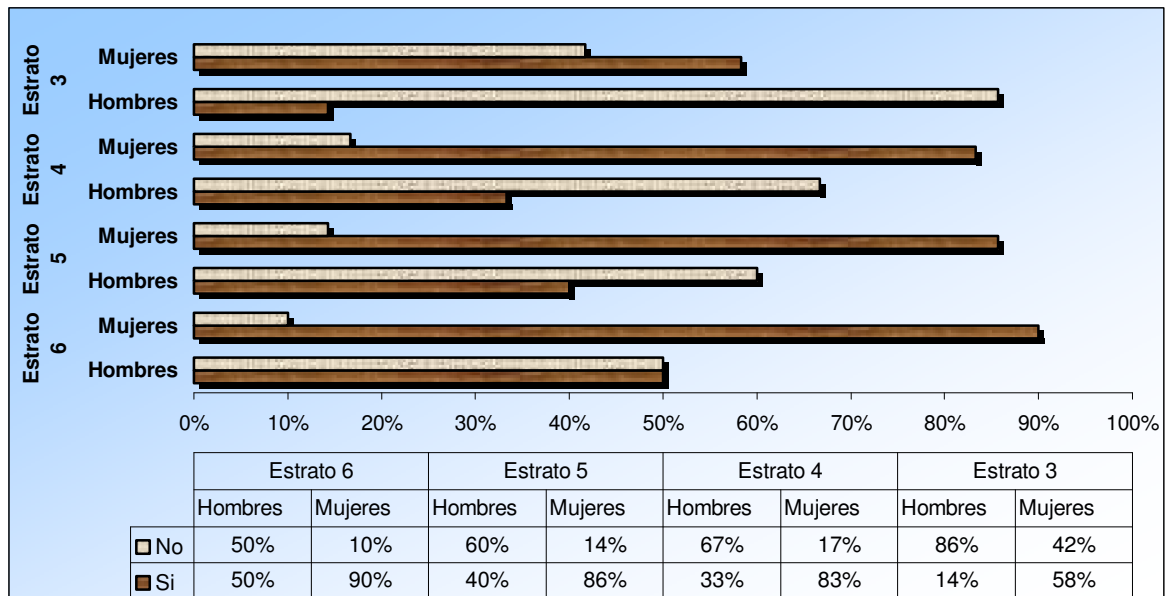
Fuente: Encuesta, elaboración propia

7.2.3. Hábitos de consumo. En términos generales las mujeres adultas mayores del estrato 4, 5 y 6, compran ellas mismas sus artículos de uso personal, a diferencia de las mujeres del estrato 3, en donde solo el 58% de ellas los compran. En lo que respecta a los hombres podemos observar que se comportan totalmente diferente que las mujeres pues estas en la mayoría de los casos compran sus artículos de uso personal, mientras que los hombres en la mayoría de los casos no lo hacen, si no que recurren a otras personas para que realice sus compras, este comportamiento en los hombres es mucho mas notorio en el estrato 3, en donde solo un 14% de los hombres compran sus artículos de uso personal, es decir el 86% de estos no lo hacen, en cambio en el estrato 6 el porcentaje es equilibrado, ya que el 50% si las realiza y el otro 50% no.

En el estrato 3 existe la mayor proporción de hombres y mujeres que no compran sus artículos de uso personal, pues en este estrato muchas de las personas no poseen los recursos necesarios y generalmente recurren a la colaboración de los hijos para la compra de este tipo de artículos. Mientras que en el estrato 6, sucede lo contrario, hay una gran proporción de hombres y mujeres que compran sus artículos de uso personal, por que cuentan con los recursos económicos y el tiempo que demanda este tipo de actividad. Cabe recalcar que cuando las personas del estrato 6, no cuentan con los recursos para realizar estas compras, reciben colaboración familiar, especialmente de los hijos, los cuales les dan dinero para que compren lo que ellos desean. También es importante recalcar que para estas personas es más fácil salir de compras que las personas de los estratos más

bajos, pues cuentan con chóferes que los transportan hasta donde ellos deseen.
Ver figura 18.

Figura 18. Compra de artículos de uso personal

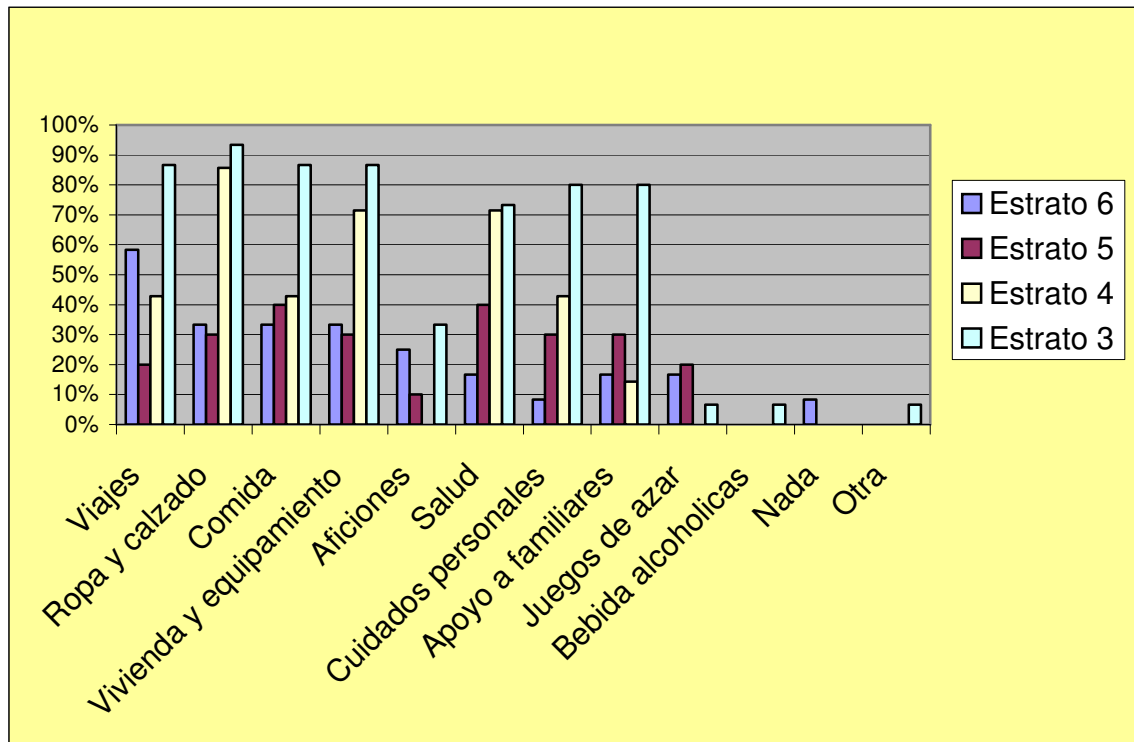


Fuente: Encuesta, elaboración propia

Existe un amplio margen de personas de la tercera edad del estrato 3 que le gusta gastar su dinero en viajes, esto es debido a que la mayoría de las personas de este estrato provienen de pueblos cercanos a Cartagena y aprovechan parte del dinero que ganan en visitar a sus seres queridos; además, se puede observar que en los estratos 3 y 4 a pesar de que son los de menores ingresos, son los que más les gusta gastar; mientras que en los estratos 5 y 6 prefieren no gastarse su dinero, sus aspiraciones están más dirigidas a mantener una disponibilidad

económica que a gastar, a no ser que sea a favor de sus hijos o nietos. Ver Figura 19 y tabla 2

Figura 19. Distribución del gasto¹⁰



Fuente: Encuesta, elaboración propia

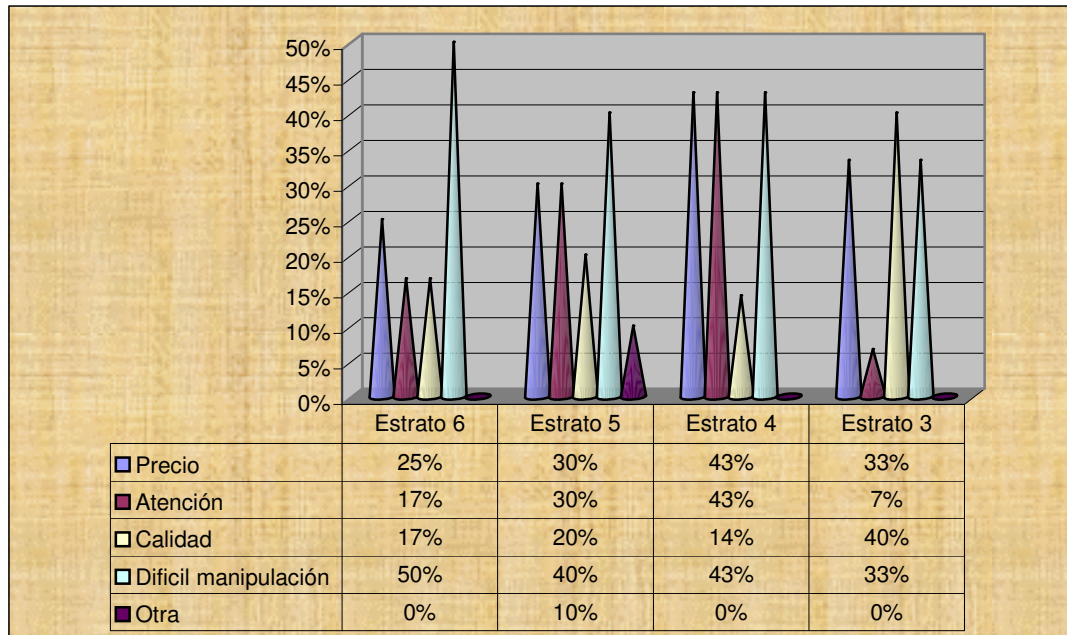
¹⁰ Al realizar la pregunta correspondiente, el encuestado, tenía la posibilidad de escoger una o varias de las opciones descritas en las encuestas, es por esto que la suma de los resultados por estratos no son del 100%.

	Estrato 6	Estrato 5	Estrato 4	Estrato 3
Viajes	58%	20%	43%	87%
Ropa y calzado	33%	30%	86%	93%
Comida	33%	40%	43%	87%
Vivienda y equipamiento	33%	30%	71%	87%
Aficiones	25%	10%	0%	33%
Salud	17%	40%	71%	73%
Cuidados personales	8%	30%	43%	80%
Apoyo a familiares	17%	30%	14%	80%
Juegos de azar	17%	20%	0%	7%
Bebida alcohólicas	0%	0%	0%	7%
Nada	8%	0%	0%	0%
Otra	0%	0%	0%	7%

La insatisfacción de los adultos mayores con respecto al consumo suele relacionarse con la percepción de que los precios de las cosas son abusivos y tienden a manifestar que el Gobierno debería regular los de determinados productos y servicios para proteger sus economías. En general, los adultos mayores se quejan de que los productos no están diseñados para que las personas de edad sepan usarlos y, por tanto, disfrutarlos, algo que, según el estudio, obligará a los fabricantes y proveedores a tener en cuenta sus demandas.

Por otra parte el estrato 3 nos muestra un porcentaje significativo (40%) con respecto a los otros estratos, esto es debido a que gran parte de las personas del estrato 3 utilizan mas las tiendas de barrio que los otros estratos y alli se puede ver reflejado la calidad de los productos. Ver figura 20

Figura 20¹¹. Causas de insatisfacción



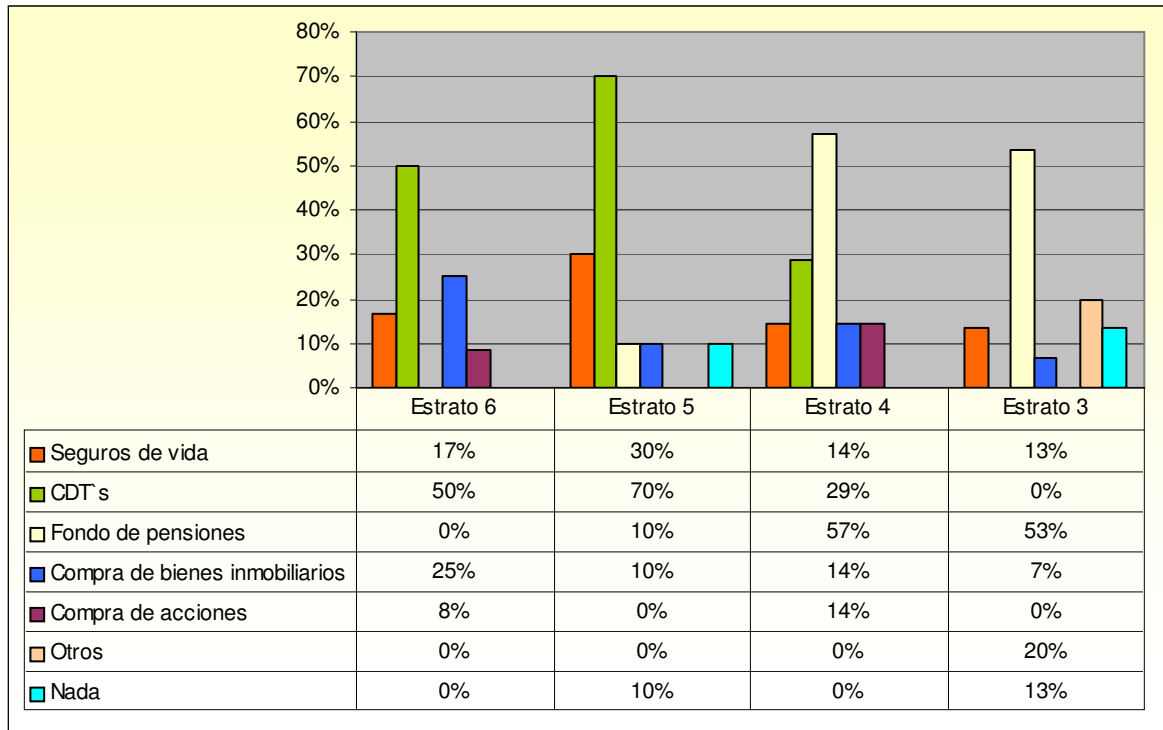
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

La forma en que las personas invierten su dinero varía de acuerdo a sus ingresos y a la calidad de vida que estos se quieran dar; en los estratos 5 y 6 podemos observar que la mayoría de estas personas (60%) invierten su dinero en CDT'S ya que estas tienen gran capacidad de ahorro a corto plazo, he invierten también en seguros de vida, esto es debido a que los ingresos en comparación con los estratos 3 y 4 es superior y les alcanza para cubrir otras necesidades, como la compra de bienes inmobiliarios y compra de acciones; por otra parte los estratos 3 y 4 invierten mas en fondo de pensiones (53%) y un bajo porcentaje (13%) invierte

¹¹ Al realizar la pregunta correspondiente, el encuestado, tenía la posibilidad de escoger una o varias de las opciones descritas en las encuestas, es por esto que la suma de los resultados por estratos no son del 100%.

en seguros de vida, todo esto va relacionado con los niveles de ingreso. Ver figura 21

Figura 21. Inversiones



Fuente: Encuesta, elaboración propia.

8. CONCLUSIONES.

Si bien la vejez representa una condición biológica con características propias, son las estructuras culturales, sociales y económicas las que delimitan su participación y la desvinculación de la sociedad, argumentando su inferioridad física y el deseo de descansar, meditar y aislarse de los demás.

Un porcentaje superior al 50% manejan ingresos propios, los cuales varían de acuerdo al estrato, en la cantidad y la fuente de éste, pues si bien es cierto, gran porcentaje de las personas de estratos altos reciben ingresos por concepto de pensiones y de rentas, los cuales se caracterizan por ser bastante altos, mientras que las personas de los estratos mas bajos reciben ingresos por concepto de trabajo y de pensiones, ingresos que son relativamente bajos.

Las tiendas de barrio proporcionan más de un tercio de las ventas habituales de alimentación y limpieza que requiere la población adulta del estrato 3 de la ciudad de Cartagena, mientras que en los otros estratos prefieren hacer las compras en supermercados

Cada vez se tiende más a realizar la compra en un día determinado de la semana, con preferencia es el sábado. Para más de un 40% de las personas del estrato 6 les es indiferente hacer las compras cualquier día de la semana pues la mayor parte del tiempo cuentan con dinero, a diferencia de los otros estratos que su día de compra coincidirá con los días en que obtienen sus ingresos.

Si bien la compra con entrega a domicilio va ganando adeptos, de forma particular entre los más jóvenes, las personas de mayor edad, que podrían ser más beneficiarias del servicio, son más reacias y prefieren "ver y tocar" lo que compran.

En cuanto al horario de mayor conveniencia para efectuar las compras, depende sobretodo de las circunstancias laborales. Por la tarde, es el periodo más aceptado por quienes tienen el tiempo más ocupado, mientras que las personas que están pensionadas prefieren ir en la mañana.

Según los resultados obtenidos, la sociedad no tiene suficiente consideración al colectivo constituido por la gente mayor o de la tercera edad. Si bien todos los grupos están de acuerdo en esta respuesta, en función del sexo y la edad se observan diferencias significativas, siendo la más evidente que las mujeres se muestran mucho más sensibilizadas con este tema que los hombres.

En lo que respecta a la ocupación del tiempo la principal actividad es la realización de labores caseras por encima de otras actividades como trabajos manuales o trabajos profesionales. Es importante destacar que la percepción en lo que respecta a labores caseras es diferente para las personas de los estratos bajos que para las personas de los estratos altos, ya que los primeros ven las labores caseras como una actividad rutinaria (aseo, preparación diaria de alimentos, etc), mientras que los segundos lo toman como una actividad destinada a ocupar su tiempo pues realizan labores mucho mas suaves y esporádicas (preparación de recetas, postres, dulces, etc).

Dentro de los grupos de carácter social que mas frecuentan los adultos mayores de la ciudad de Cartagena se encuentran los grupos de oración a los cuales aproximadamente el 40% de estas personas asisten. Los otros grupos como los grupos políticos, grupos de acción comunal, entre otros representa porcentajes muy bajos de participación con respecto a los grupos de oración. La principal razón de lo anterior es que las personas en la oración encuentran mucha paz y tranquilidad, además anotan que cuando asisten a estos grupos se olvidan de todos los problemas y de las situaciones que le causan intranquilidad y preocupación.

El mundo empresarial, se muestra indiferente a las necesidades de la gente mayor, por tanto este segmento de la población se puede considerar que se

encuentra desatendido. A pesar de todo, las condiciones de los establecimientos comerciales se consideran bastante adecuadas.

Por otra parte, los padres sobrecargan en exceso a los abuelos con tareas como, por ejemplo, la vigilancia de los nietos, si bien las mujeres, por ser madres no lo consideran tan mal y tampoco a los afectados. Se considera que las personas mayores muestran problemas de aptitud para estas tareas.

Relacionando los aspectos sociales con la calidad de vida del adulto mayor de la ciudad, se pudo corroborar como la familia es un factor de vital importancia para brindarle satisfacción y bienestar al adulto, sobretodo en los estratos mas bajos pues tiene pocas oportunidades de socialización, es por eso que pasan muy poco tiempo con amigos a diferencia de los estratos mas altos donde las personas pasan mas tiempo con sus amigos, pues tienen muchas mas oportunidades de socialización, pero, sin dejar de ser la familia las personas con quienes pasan la mayor parte del tiempo.

Se evidencio la importancia que tiene el sentirse capacitado de realizar sus actividades cotidianas para suminístrale una mayor independecia en su accionar y una mayor autonomía, aumentando con ello su autoestima. Aceptando como la calidad de vida se debe considerar un fenómeno social complejo y un proceso de

percepción personal del nivel de bienestar alcanzado a través de la combinación de las condiciones de vida y el grado de satisfacción con la misma.

También hay que considerar las diferencias derivadas del sexo, mientras el hombre adulto mayor de hoy que se pensiona, fue el trabajador productivo de hace 20 años y muere a una edad más temprana, la mujer que tradicionalmente ha participado mucho menos en la fuerza laboral, tiene un acceso limitado a la obtención de ingresos y servicios esenciales, y en la vejez, sobre todo las viudas sin apoyo familiar, son quienes corren el mayor riesgo de sufrir un deterioro en su calidad de vida.

Una descripción de las pautas de compra de las personas mayores se resume en que cuidan su dinero. Compran en función de la confianza que les inspiran los artículos y los establecimientos, y no disponen de toda la información que necesitan, ni tampoco se hacen con ella.

- En su mayoría aprovechan ofertas y buscan rebajas.
- La fidelidad a los comercios, está muy generalizada.
- Son equivalentes las proporciones de personas mayores y de jóvenes, que leen las instrucciones que aparecen en los productos.
- Solicitar información al dependiente no está entre los comportamientos más habituales de las personas de edad.

- Entre las personas mayores se muestra esa relación que existe entre comportamientos vinculados al control del dinero y las rentas más bajas.
- Todos los hábitos de compra que suponen control del dinero, búsqueda de proveedores y de productos de confianza, información sobre lo que se compra, son significativamente más frecuentes hasta los sesenta y nueve años. Y sólo decaen cuando se llega a los ochenta.
- Lo mismo sucede en el conjunto de la población. Hay más mujeres que varones fieles a sus proveedores y proclives a pagar en efectivo.

9. RECOMENDACIONES.

En el campo comercial se puede:

Crear secciones dirigidas hacia el mercado de adultos mayores, dentro de los supermercados, hipermercados, tiendas especializadas etc, donde estas personas encuentren los productos de su preferencia de acuerdo a su estilo de vida, a sus hábitos de compra y de consumo, teniendo en cuenta sus capacidades y limitaciones físicas. Por ejemplo, almacenes VIVERO podría crear una sección llamada “adultos mayores” en donde las personas encuentren los productos de su preferencia (ropa elegante y señorial, calzados suaves, productos de belleza, etc), esta sección necesariamente deberá tener estanterías de fácil acceso (no ubicar productos demasiado altos, ni demasiado bajos), rótulos grandes que facilite su visibilidad (debido a los problemas en la vista que presentan las personas con el envejecimiento) y además deberá contar con una caja para que estas personas realicen sus pagos.

Los centros comerciales podrían desarrollar estrategias con el fin de atraer a las personas mayores. Dentro de estas estrategia se podría contemplar la creación física de un espacio destinado a la realización de eventos (música en vivo, grupos de oración, conferencias) que sean atractivos a estas personas, preferiblemente los primeros días de cada mes.

Entre las políticas públicas que se pueden adoptar están:

Impulsar la creación de un marco jurídico que garantice al adulto mayor: la ampliación de la cobertura de seguridad social, ingresos regulares bien sea por trabajo remunerado o por aportes jubilatorios; acceso a la atención integral de su salud; actividades de recreación, artística y cultural; reducción en las tarifas de los medicamentos de consumo obligatorio; asistencia libre a espectáculos públicos y a actividades educativas; eliminación de barreras arquitectónicas; formación de recurso humano especializado en problemas de la vejez; reorientación social de la economía que deposite su inversión en el capital humano existente; recuperación del papel protagónico del adulto mayor en la familia y en la sociedad; fortalecimiento de las redes de apoyo social; y programas de promoción de la salud, prevención de las enfermedades y la discapacidad en los adultos jóvenes que garanticen un envejecimiento saludable a los adultos mayores futuros.

Establecer un vínculo directo en la ciudad entre el sector salud y el sector empresarial, tendiente al diseño de programas de promoción y prevención. El cual sería ejecutado con todos los trabajadores, pero enfatizando en los adultos jóvenes (trabajadores de 45 a 64 años), logrando con ello cambiar estilos de vida y condiciones de salud desfavorables en estas personas.

Promover en los medios de comunicación programas dedicados al rescate, valoración y participación de los adultos mayores de la ciudad, donde se

demuestre el potencial humano de este grupo poblacional con su cúmulo de experiencias y conocimientos que pueden poder al servicio de la comunidad.

Mostrar la necesidad y conveniencia de crear universidades o institutos únicamente para adultos mayores con programas técnicos, tecnológicos y profesionales que brinden la posibilidad de acceder a la educación superior. Así tendría oportunidad de permanecer ocupado, utilizar su tiempo -que no es tiempo libre ni de ocio-, se disminuirían las enfermedades mentales y se abogaría por el fomento de la capacidad funcional de los adultos mayores en edades más avanzadas.

Entre los programas sociales y culturales que se pueden adoptar están:

Contribuir al cambio de paradigma cultural donde la vejez se ha relacionado con la enfermedad, la dependencia y la falta de productividad, por uno donde se considere al adulto mayor una persona autónoma, productiva, trabajadora y beneficiaria del desarrollo. El envejecimiento existe pero no es una enfermedad ni tiene que ser limitante, se debe redimensionar su papel social con menores tensiones que permita vivir de acuerdo con las menores posibilidades vitales. El permitir un envejecimiento exitoso disminuirá el número de adultos mayores dependientes o sin ningún ingreso.

Preparar a la población joven y adulta de hoy, que serán los viejos del mañana, para que adopten actitudes positivas ante la vida y ante el proceso natural al que se enfrentarán; en igual forma el sistema educativo puede apoyar iniciativas en este sentido puesto que es en estos establecimientos donde se encuentran concentrados los jóvenes y desde allí se puede incidir en la modificación o adopción de nuevos estilos de vida.

Propiciar la creación de “Guarderías de las Abuelas” donde los niños sean atendidos por adultos mayores para que pongan en práctica los conocimientos adquiridos a través de toda la vida, para que se sientan útiles a la sociedad, reciban ingresos y generen empleo, y trasmitan las creencias y costumbres del pueblo colombiano y cartagenero, al incluir a las instituciones del sector educativo como otra alternativa en la red de apoyo al adulto mayor.

En el campo de la investigación se puede:

Continuar realizando investigaciones poblacionales tendientes a conocer las reales necesidades de los adultos mayores de la ciudad, sus actividades, espacios y percepciones, con el fin de poder guiar de mejor manera las decisiones de las empresas o entidades que deseen llegar a este grupo poblacional. Esto llenaría el vacío existente en el conocimiento de las condiciones de vida de los hombres y mujeres adultos mayores de la ciudad y abriría la posibilidad de constituirse como

un grupo de estudio que de luces a los retos, desafíos y consecuencias del proceso de envejecimiento de la ciudad y del país.

BIBLIOGRAFÍA REFERENCIADA.

- ABASCAL, E. Y GRANDE, I.: **Hábitos, actitudes y conducta de los consumidores ancianos ante la compra: implicaciones sobre algunas estrategias de marketing** , *IV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, El Escorial, septiembre de 1992
- ACEBAL MONFORT, LUIS: **El voluntariado económico de los mayores** en *Las actividades económicas de las personas mayores*. SECOT, Madrid 1995
- ACTION: **Americans volunteer, 1974: A statistical study of volunteers in The United States**. Action, Washington 1975
- ALEF MILLWARD BROWN: **Voluntariado potencial de la tercera edad**. Documento multicopiado. Cruz Roja Española. Madrid 1991
- ALONSO DÍAZ, C.: **Revolución de pelo blanco**, *Dinero*, n.º 495, 18 de enero de 1993
- AMRESEARCH: **Los Mayores Desconocidos**. *Estudio Investigación 3.ª Edad*, realizado para DMB&B, 11 de marzo de 1999.
- ARAJOL TOR, CARME: **Experiencia de intervención comunitaria a partir de los mayores** en *Revista de Treball Social*, nº 108, diciembre de 1987.
- AYALA, S.: **Invertir a los 65 años**, *Expansión*, 30 de mayo de 1998.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA.

- KOTLER, Phillip. Dirección de la Mercadotecnia, Análisis, Planeación, Implementación y Control. 7 edición. México, Englewood cliffs. Editorial Prentice may Inc. 1993.
- OROZCO, Arturo. Investigación de mercados. Bogota, Colombia. Editorial Norma 1999.
- STANTON, William; ETZEL, Michael y WALKER, Bruce. Fundamentos de Marketing. 11 ed. España: Editorial Mc Graw-Hill, 1999. 179 p.
- MADIA, Francisco Alberto. La sexta generación del Marketing. Bogota, Colombia. Editorial Mc Graw-Hill, 1995.

Direcciones de Internet :

- <http://www.consumo-inc.es/informes/interior/estudios/frame/pdf/TERCERA%20EDAD.PDF>
- <http://www.mundogar.com/ideas/ficha.asp?FN=3&ID=6477>
- <http://www.mundogar.com/ideas/reportaje.asp?FN=3&ID=6228>
- www.productosamericanos.com
- www.miterceraedad.com
- www.todoancianos.com

ANEXOS

ANEXO 1. Formato de la encuesta.

ESTUDIO SOBRE LA CARACTERIZACION DEL MERCADO DE ADULTOS MAYORES EN LA CIUDAD DE CARTAGENA

Instrucción: Hombres y Mujeres mayores de 65 años
Buenos: Días/ Tardes/ Noches

Grupo encuestador:
JOSE ANTONIO SEJNAUI
JAVIER ANDRES RAMIREZ

Somos estudiantes de la Universidad Tecnológica de Bolívar y actualmente estamos realizando un estudio para conocer cuales son los hábitos de compra, los hábitos de consumo y estilo de vida de las personas adultas mayores.

Datos del Encuestado:

Nombre y Apellidos: _____

Sexo: Femenino: ___ Masculino: ___

Edad: 65 – 75 años: ___ 75 y mas: ___

Barrio: _____

Con quien vive: Solo ___ Cónyuge ___ Hijos ___ Familiar ___

Otro ___ Cual: _____

Estudios: Primaria ___ Secundaria ___ Profesional ___ Técnico ___

Tecnólogo ___ Otro ___ Cual: _____

MARQUE CON UNA (X) LA RESPUESTA QUE USTED CONSIDERE

1. ¿Desarrolla usted alguna actividad?

Labores caseras ____ Trabajos manuales ____

Trabajos profesionales ____ Ninguna ____ Otra ____ Cual _____

2. ¿Maneja ingresos propios?

Si ____ No ____

(Si la respuesta es afirmativa (si) responda la siguiente pregunta)

(Si la respuesta es negativa (no) pase a la pregunta 4)

3. ¿De donde provienen sus ingresos?

De rentas propias ____ Pensión ____ Trabajo ____

Colaboración familiar ____ Otros ____ , Cuales _____

4. ¿Compra usted los artículos de uso personal?

Si ____ No ____

(Si la respuesta es negativa (no) responda la siguiente pregunta)

(Si la respuesta es afirmativa (si) pase a la pregunta 6)

5. ¿Quién realiza sus compras?

6. En relación con la autonomía para realizar las actividades físicas, ¿Usted se considera una persona?

Dependiente ____ Parcialmente dependiente ____ Independiente ____

7. ¿La mayor parte del tiempo usted la pasa principalmente con?

Familia ___ Amigos ___ Vecinos ___ Solo ___

Otros ____, quienes _____

8. ¿Participa en alguno(s) de los siguientes grupos sociales?

Oración ___ Grupos de la tercera edad ___ Acción comunal ___

Grupos políticos ___ Programas hospitalarios ___

Otros ___ Cuales _____ Ninguno ___

9. ¿Cuándo usted esta deprimido, el apoyo moral lo recibe de?

Familia ___ Amigos ___ Profesionales ___ Oración ___

Música ___ Otro ___ Cual _____

10. ¿Económicamente responde por alguna persona?

Hermanos ___ Hijos ___ Nietos ___ Padres ___

Otras ____, Quienes _____ Ninguna ___

11. ¿Generalmente en que le gusta gastar el dinero?

Viajes ___ Ropa y calzado ___ Comida ___

Vivienda y equipamiento ___ Aficiones ___ Salud ___

Cuidados personales ___ Apoyo a familiares ___

Juegos de azar ___ Bebidas alcohólicas ___ Nada ___

Otras ____, En que _____

12. ¿Dónde compra normalmente los productos de alimentación y limpieza?

Tiendas de barrio___ Mercado Bazurto___ Supermercados___

En ningún sitio concreto___ No aplica___

13. ¿Dónde compra habitualmente los productos de confección, calzado y del hogar?

Tiendas especializadas___ Pequeños almacenes___

Centros comerciales___ En ningún sitio en concreto___

No aplica___

14. ¿Cada cuánto realiza sus compras de alimentación?

Todos los días___ Cada dos días___ Una vez a la semana___

Otros periodos de tiempo___, cada cuanto_____ No aplica___

15. ¿Estaría dispuesto a realizar compras con servicio de entrega a domicilio (por catálogo)?

Si___ No___ Indiferente___

16. ¿Qué día de la semana prefiere para hacer las compras más grandes?

Lunes___ Martes___ Miércoles___ Jueves___ Viernes___

Sábado___ Domingo___ Indiferente___

17. ¿Qué horario le conviene más?

Por la mañana___ Por la tarde___ Por la noche___ Indiferente___

18. ¿Considera usted que, en la actualidad, su situación económica es adecuada para cubrir sus necesidades?

Más que suficiente___ Suficiente___ Insuficiente___

No sabe y / o no contesta___

19. ¿Cuáles son las principales causas de insatisfacción al momento de adquirir un producto?

Precio___ Atención ___ Calidad ___ Dificil manipulación / uso ___

Otra ___, Cual _____

20. ¿En que le gustaría invertir su dinero?

Seguros de vida___ CDT's___ Fondo de pensiones___

Compra de bienes inmobiliarios ___ Compra de acciones___

Otros___, Cuales_____ Nada___

21. ¿Usted es capaz solo(a) de:?

Actividad	Si es capaz	No es capaz
Hacer sus compras		
Preparar los alimentos		
Mantenerse al tanto de los acontecimientos y de lo que pasa en el vecindario		
Poner atención, entender y discutir un programa de radio, televisión o un articulo de periódico		
Recordar compromisos y acontecimientos familiares		
Administrar o manejar sus propios medicamentos		
Andar por el vecindario y encontrar el		

camino de regreso a casa
Quedarse en la casa sin problemas
Manejar su propio dinero

AFIRMACIONES		TD	MD	IND	MA	TA
a	Cuando voy de compras siempre encuentro lo que deseo.					
b	Para usar las cosas que me gustan debo pagar precios muy altos.					
c	En el comercio en general no consigo productos acordes con mi edad.					
d	La ropa que me gusta tengo que mandarla a confeccionar.					
e	Me veo precisado a escuchar la música que le gusta a mis hijos y/o nietos.					
f	Cuando salgo a cenar encuentro restaurantes que me ofrezcan alimentos (bajos en sal, bajos en grasa, etc) acordes con mis condiciones de salud.					
g	El transporte público reúne las condiciones necesarias para facilitar su uso, como por ejemplo, peldaños demasiado altos, conductores imprudentes, etc					
h	Los establecimientos comerciales están preparados para que yo haga mis compras cómodamente (asientos, fácil acceso a las estanterías, buena visibilidad de los rótulos)					
i	Pienso que los hijos sobrecargan de trabajo a sus padres, como por ejemplo cuidar de los nietos, asear la casa, preparar los alimentos, etc.					
j	La sociedad, en general, se preocupa lo suficiente de los problemas de la gente mayor.					

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 2. Capacidad y discapacidad.

		ESTRATO 6		ESTRATO 5		ESTRATO 4		ESTRATO 3	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Hacer sus compras	A	100%	0%	80%	20%	100%	0%	87%	13%
Preparar los alimentos	B	92%	8%	70%	30%	86%	14%	87%	13%
Mantenerse al tanto de los acontecimientos	C	92%	8%	100%	0%	100%	0%	93%	7%
Poner atención, entender y discutir un programa	D	100%	0%	100%	0%	100%	0%	93%	7%
Recordar compromisos y acontecimientos familiares	E	100%	0%	90%	10%	86%	14%	100%	0%
Administrar sus propios medicamentos	F	100%	0%	80%	20%	71%	29%	93%	7%
Andar por el vecindario y encontrar el camino de regreso a casa	G	100%	0%	80%	20%	86%	14%	93%	7%
Quedarse en la casa sin problemas	H	100%	0%	90%	10%	100%	0%	87%	13%
Manejar su propio dinero	I	100%	0%	90%	10%	100%	0%	93%	7%

