

**Análisis de Características Socio-económicas Población Pensionada Ubicada en la Comuna
Suroccidental, Fusagasugá y su Efecto en la Economía Local**

José Alexander Herrera Ladino
C.C 82.390.757
Marlon Jonnatan Rodríguez Gutiérrez
C.C 82.394.545

Director Proyecto de Grado
Doctor Carlos Rubén Trejos Moncayo

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD
Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN
Maestría en administración de Organizaciones
2019

Dedicatoria

Este trabajo es dedicado a mi amadísima esposa, quien además de dar amor, inteligencia, paciencia y consagración a nuestro hogar, también ha destinado de su sabiduría en el acompañamiento de este reto que fortalece mi profesionalismo. A mis adorados hijos que desde su corta edad también han hecho parte de este sendero que aun seguimos construyendo. Mi madre que siempre está presente con su respaldo incondicional.

José Alexander Herrera Ladino

La Tesis de grado la dedico principalmente a Dios que ha sido mi fortaleza en aquellos momentos de tensión y preocupación por alcanzar este anhelo, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de mis sueños más deseado.

A mis padres, por su amor y sacrificio durante estos años, A mi hermano por estar siempre presente, acompañándome y por el apoyo moral, que me ha dado a lo largo de esta etapa de mi vida.

Sobre todo a aquellas personas que hacen que mis días sean maravillosos. Con su apoyo incondicional, su sonrisa. Gracias por ser cómplice, confidente, amiga, por ser tú, por crecer juntos. Porque mi corazón les pertenece. A mi Esposa Yazmin y mi hija Valentina, que son mi motor para superar todos aquellos obstáculos que se presentan día a día, mi motivación, que me acompañaron en aquellas noches donde el tiempo apremiaba, y sobre todos son ustedes las que me apoyaron a que iniciara este proceso.

Marlon Jonnatan Rodríguez Gutiérrez

Agradecimientos

Gracias a Dios por abrir el camino y la oportunidad de vivir estos acontecimientos, a mi esposa María Cristina por su permanente apoyo y enseñanza, a mi compañero Marlon Jonnatan por su contribución a este proceso, y al profesor Carlos Rubén Trejos por su asesoría.

José Alexander Herrera Ladino

Agradecimiento a la UNAD y equipo de docentes que siempre estuvieron prestos a orientar y ayudar en cada situación presentada durante la carrera, al líder de la ECACEN CEAD Fusagasugá por estar atento para terminación de la ruta en los tiempos programados de la Maestría, a la familia Herrera Velásquez por su amistad y apoyo permanente durante la realización de la monografía.

Marlon Jonnatan Rodríguez Gutiérrez

Tabla de contenido

Resumen.....	9
Abstract.....	10
1. Introducción.....	11
2. Planteamiento del Problema.....	13
2.1 Árbol de Problemas.....	18
2.2 Formulación del problema.....	18
2.3 Hipótesis.....	18
3. Justificación.....	19
4. Objetivos.....	21
4.1 General.....	21
4.2 Específicos.....	21
5. Marcos de Referencia.....	22
5.1 Marco de Antecedentes.....	22
5.2 Marco Teórico.....	24
5.2.1 Teorías económicas.....	24
5.2.2 Teorías Administrativas.....	31
5.2.3 Principales Teorías Psicológicas de la Jubilación.....	41
5.2.4 Teoría del Marketing.....	44
5.3 Marco Conceptual.....	46
5.3.1 Pensión en Colombia.....	46
5.3.2 Caracterizar.....	48
5.3.3 Estudio Socio-económico.....	48
5.3.4 Productividad.....	48
5.3.5 Gasto.....	49
5.3.6 Competitividad.....	49
5.3.7 Consumo.....	50
5.4 Marco Contextual.....	50
5.4.1 Contexto histórico municipio de Fusagasugá.....	50
5.4.2 Contexto Geográfico.....	51
5.4.3 Marco Legal.....	53
6. Metodología.....	55

6.1 Tipo y Enfoque de Investigación	55
6.2 Población y Muestra	56
6.3 Técnicas Empleadas	57
6.4 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.	58
7. Análisis de Resultados	59
7.1 Caracterización socio-económica	59
7.2 Análisis de Necesidades	70
7.2.1. Necesidades Fisiológicas	71
7.2.2 Necesidades de Seguridad	85
7.2.3 Necesidades de Afiliación	100
7.2.4 Necesidades de Reconocimiento	107
8. Propuesta de Mejoramiento	121
8.1 A quien va dirigido	121
8.2 Diagnóstico	122
8.3 Propuesta Directrices Estratégicas de Marketing	125
9. Conclusiones	127
10. Referencias Bibliográficas	131
11. Anexos	136
11.1 Anexo 1 Encuesta	136

Lista de Tablas

Tabla 1 Resumen caracterización socio-económica vrs estrato.....	60
Tabla 2 Procedencia vrs Estrato socio-económico	62
Tabla 3 Género vrs Estrato socio-económico	63
Tabla 4 Escolaridad vrs Estrato socio-económico	64
Tabla 5 Entidad de pensión vrs Estrato socio-económico	66
Tabla 6 Nivel de ingresos vrs Estrato socio-económico.....	67
Tabla 7 Actividad otros ingresos vrs Estrato socio-económico.....	69
Tabla 8 Resumen necesidades fisiológicas vrs estrato	71
Tabla 9 Frecuencia consumo alimentos en restaurantes vrs estrato (veces en el mes).....	73
Tabla 10 Sitio compra mercado de grano	75
Tabla 11 Sitio compra mercado de plaza.....	76
Tabla 12 Rango de gasto promedio mensual	78
Tabla 13 Calificación variable alimentación	79
Tabla 14 Lugar de compra vestuario	81
Tabla 15 Rango de gasto promedio anual vestuario	82
Tabla 16 Calificación satisfacción en Fusagasugá vestuario.....	83
Tabla 17 Resumen necesidades seguridad vrs estrato	85
Tabla 18 Ubicación principal centro de asistencia	87
Tabla 19 Entidad Promotora de Salud EPS	88
Tabla 20 Servicios complementarios de salud pre pagados.....	89
Tabla 21 Rango de gasto promedio en servicios de Salud.....	90
Tabla 22 Calificación satisfacción de servicios de salud en Fusagasugá	91
Tabla 23 Tipo de Propiedad de Vivienda	92
Tabla 24 Tipo de vivienda	93
Tabla 25 Años en la vivienda.....	95
Tabla 26 Metros cuadrados vivienda	96
Tabla 27 Residencia permanente en Fusagasugá.....	97
Tabla 28 Cantidad de personas convive.....	98

Tabla 29 Cantidad de personas que dependen económicamente	99
Tabla 30 Resumen necesidades afiliación vrs estrato.....	100
Tabla 31 Actividad de descanso que realiza	102
Tabla 32 Nivel de gasto promedio en el año.....	104
Tabla 33 Calificación de espacios destinados para actividades de descanso.....	106
Tabla 34 Resumen necesidades de reconocimiento vrs estrato	107
Tabla 35 Participación en grupos sociales	109
Tabla 36 Visita de familiares o amigos.....	111
Tabla 37 Frecuencia de visita al año.....	112
Tabla 38 Actividades que realiza con los visitantes	113
Tabla 39 Posee vehículo	115
Tabla 40 Gasto mantenimiento y compra de autopartes	116
Tabla 41 Rango de gasto promedio anual mantenimiento y compra de autopartes del vehículo	117
Tabla 42 Calificación servicios de mantenimiento y compra autopartes de vehículos	119
Tabla 43 Diagnóstico	122

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Árbol de Problemas	18
<i>Figura 2.</i> Jerarquía de Necesidades Básicas de Maslow.	32
<i>Figura 3.</i> Modelo básico del Marketing	45
<i>Figura 4.</i> División Política Municipio de Fusagasugá.	52
<i>Figura 5.</i> Procedencia vrs Estrato Socio-económico.....	62
<i>Figura 6.</i> Género vrs Estrato Socio-económico.	64
<i>Figura 7.</i> Escolaridad vrs Estrato Socio-económico.	65
<i>Figura 8.</i> Entidad de pensión vrs Estrato Socio-económico.....	66
<i>Figura 9.</i> Nivel de ingresos vrs Estrato Socio-económico.	68
<i>Figura 10.</i> Actividad otros ingresos vrs Estrato Socio-económico.	69
<i>Figura 11.</i> Frecuencia consumo alimentos en restaurantes (veces en el mes).	73

<i>Figura 12.</i> Compra mercado de grano.....	75
<i>Figura 13.</i> Compra mercado de plaza.....	77
<i>Figura 14.</i> Rango promedio de gasto.	78
<i>Figura 15.</i> Calificación aspecto alimentación.	79
<i>Figura 16.</i> Lugar de compra vestuario.	81
<i>Figura 17.</i> Rango de gasto.....	82
<i>Figura 18.</i> Calificación de condiciones, instalaciones, productos en vestuario.	84
<i>Figura 19.</i> Ubicación centro principal de atención en salud.	87
<i>Figura 20.</i> EPS Entidad Promotora de Salud adscrito.....	88
<i>Figura 21.</i> Servicios complementarios de salud.....	89
<i>Figura 22.</i> Rango promedio de gasto en servicios de salud.	90
<i>Figura 23.</i> Calificación de satisfacción en servicios de Salud.	91
<i>Figura 24.</i> Vivienda.....	92
<i>Figura 25.</i> Tipo de vivienda	94
<i>Figura 26.</i> Años en la vivienda.....	95
<i>Figura 27.</i> Metros cuadrados vivienda	96
<i>Figura 28.</i> ¿Residencia permanente en Fusagasugá?	97
<i>Figura 29.</i> Cantidad de personascon quien convive.....	98
<i>Figura 30.</i> Personas que dependen económicamente.....	99
<i>Figura 31.</i> Actividades de descanso	102
<i>Figura 32.</i> Nivel de gasto	105
<i>Figura 33.</i> Calificación.....	106
<i>Figura 34.</i> Participación en grupos.....	110
<i>Figura 35.</i> Visita familiares y/o amigos	111
<i>Figura 36.</i> Frecuencia de visita (veces al año)	112
<i>Figura 37.</i> Actividades realizadas con visitantes	114
<i>Figura 38.</i> Posee vehículo	115
<i>Figura 39.</i> En donde realiza el gasto mantenimiento vehículo y compra autopartes.....	116
<i>Figura 40.</i> Rango de gasto en mantenimiento de Vehículo.....	118
<i>Figura 41.</i> Calificación servicios de mantenimiento y autopartes de vehículos	119

Resumen

El presente documento refiere al análisis socio-económico de la población pensionada de la Comuna Sur Occidental de Fusagasugá y su efecto en la economía local. La población de jubilados a través de los años ha aumentado y formalizado su presencia habitual en la ciudad, por factores como el clima y la cercanía a la capital; generando alta demanda de necesidades que tienen efectos financieros en el municipio. Se soportó en autores que aportan a teorías de economía como Keynes; teoría de necesidades, sustentada por Abraham Maslow, de marketing expuesta por Philip Kotler. Así como administrativa y de competitividad expuesta por Michael Porter y Esser Klaus. La metodología utilizada fue de tipo descriptivo-analítico, con un enfoque de investigación mixto (cuali-cuantitativo), con una medición de corte transversal, mediante la aplicación de encuestas personalizadas. El alcance del estudio determinó la caracterización socio-económica y los efectos de este segmento de mercado en la economía local, considerando el comportamiento de consumo de bienes y servicios. Se proponen directrices estratégicas de marketing que contribuyen al fortalecimiento de los oferentes.

Abstract

This document refers to the socio-economic analysis of the pension population of the Western Southern Commune of Fusagasugá and its effect on the local economy. The population of retirees over the years has increased and formalized their usual presence in the city, by factors such as the climate and proximity to the capital; generating high demand for needs that have financial effects on the municipality. He supported authors who contribute to economic theories such as Keynes; needs theory, supported by Abraham Maslow, marketing exhibited by Philip Kotler. As well as administrative and competitiveness exposed by Michael Porter and Esser Klaus. The methodology used was descriptive-analytical, with a mixed (qualitative) research approach, with cross-sectional measurement, through the application of customized surveys. The scope of the study determined the socio-economic characterization and effects of this market segment on the local economy, considering the consumption behavior of goods and services. Strategic marketing guidelines are proposed to help strengthen bidders.

1. Introducción

“Me he jubilado, pero si hay algo que me mataría es despertar en la mañana sin saber qué voy a hacer.”(Nelson Mandela)

Actualmente en la velocidad que enmarca el siglo XXI con economías y competitividad de tendencia global, la sociedad se centra en la actividad laboral, ocupando la mayor parte de tiempo de las personas. Así el investigador Robert Atchley, destaca que cuando llega el momento de la jubilación es preciso que muchos deban pasar por procesos de adaptación, con una disposición activa y positiva frente a esta nueva etapa(Atchley, 2000).

El fin de la vida laboral es un nuevo ciclo en el cual las personas no deben considerarse inútiles o infravalorados, por el contrario, es un momento de respiro con gran cantidad de situaciones positivas como: descansar, aprovechar el tiempo perdido, realizar actividades que el trabajo no permitía, viajar o simplemente permanecer en el hogar disfrutando de la familia.

El estilo de vida cambia completamente y así la escala de sus necesidades. En épocas de producción laboral, muchos disfrutaban la velocidad en la que giran las grandes metrópolis, sin embargo, en esta etapa, gran mayoría prefiere ciudades intermedias, entre ellas, Fusagasugá que brinda condiciones favorables, ofreciendo a pensionados un clima saludable, espacios amplios, alimentos frescos, naturaleza, cercanía a la capital y tranquilidad.

De tal manera, se motiva el presente estudio, el cual determinó gran presencia de pensionados provenientes de diferentes poblaciones que ven al municipio como alternativa para la realización de su proyecto final; estableciendo la caracterización socioeconómica de los mismos y su comportamiento de consumo, basado en la pirámide de necesidades de Maslow, determinando que este grupo poblacional realiza un aporte económico importante al municipio, se proponen unas directrices estratégicas de marketing que contribuyen a optimizar la oferta de productos y servicios destinados a este segmento de mercado.

2. Planteamiento del Problema

Colombia presenta un crecimiento demográfico poblacional del 11%, pasando de 41.1 millones de personas de acuerdo al Censo presentado por Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE, año 2005 (Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE, 2005) a 45.5 millones de personas cifras preliminares, estimación parcial censo 2018, con una cobertura geográfica del 99.8% al 2 de noviembre del mismo año (Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE, 2018) .

El mayor porcentaje de población pensionada se encuentra en el rango de edad mayor a 60 años, el DANE muestra un análisis del crecimiento de la población por grupos de edad y específicamente en el rango de 65 y más años, comparando los censos entre el año 1964 a 2018, se ve un aumento significativo de esta población pasando de un porcentaje del 3% sobre el total a 9.2%. Entre el censo año 2005 (6,3%) y el 2018 con un aumento del 2.9 % . (Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE, 2018).

De acuerdo a datos suministrados por diferentes entidades el número de pensionados en Colombia podría superar a más de 2.3 millones para finalizar el mes de septiembre del 2018, de los cuales 147.721 pertenecen a sistema privado RAIS (Asofondos, 2019), 1.324.539 del régimen Solidario de Prima Media (Superntendencia Financiera de Colombia , 2018), y un número aproximado de 926.000 de regímenes especiales entre los que se encuentran ex funcionarios de antiguo ISS, Caprecom, profesores del magisterio, fuerzas militares (Semana, 2018). Esta información vista sobre los datos preliminares del censo 2018, significaría que el

5.05% de la población nacional recibe ingresos por concepto de pensión en el sistema nacional colombiano.

Cundinamarca, con cifras proyectadas al año 2018 (2.8 millones de personas) con respecto al último censo con detalles año 2005 (2.2 millones de personas), un crecimiento del 23% de su población.

Para el rango de edad entre 60 años y más, un crecimiento del 47% censo año 2005, 224 mil personas, censo proyectado 2018, 329 mil personas. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE, 2005).

De igual manera, la población Fusagasugueña crece año tras año, los resultados presentados para el censo del 2005 son de 107.259 personas de las cuales 85.008 se encontraban ubicadas en la cabecera municipal y 22.251 en la zona rural. La proyección de la población realizada por el DANE mostró un crecimiento de 134.523 habitantes para el año 2015, de los cuales 68.087 corresponden a mujeres (51%) y 66.436 hombres (49%).

Adicionalmente, este mismo ejercicio estadístico proyectó un indicador de envejecimiento de la población a nivel municipal en el departamento de Cundinamarca; se resaltan los siguientes municipios gracias a su ubicación geográfica y cercanía a la capital del país: Girardot con un índice del 64.4% sobre una población de 105.085 habitantes, La Mesa 42% sobre una población 31.350 habitantes, Zipaquirá 39.4% sobre una población de 122.347 habitantes, Soacha 33.2% sobre una población de 511.262 habitantes y Fusagasugá para la población inicialmente descrita

en el año 2015 su indicador es del 71.6%; representando uno de los índices de envejecimiento más alto del departamento (DANE, 2014)

El municipio de Fusagasugá pertenece al departamento de Cundinamarca, situado a 59 kilómetros al suroccidente de Bogotá, comunicado mediante dos vías vehiculares, una que se vincula con los municipios Soacha -Granada-Silvania y la otra Soacha-Sibaté -Silvania, la duración del recorrido es de 1 hora 53 minutos y 1 hora y 38 minutos respectivamente, cuenta con una temperatura promedio de 19°C contemplando cuatro pisos térmicos: Cálido que cubre el 9.21% del territorio con temperatura entre los 20 °C y 28 °C. Templado con 54%, entre 13°C y 19°C. Frio con 32.2%, 9°C y 12°C; y por último Páramo con 4.19% temperaturas entre 0°C y 8°C.

La población reportada en el censo año 2005 para los habitantes en edades entre 50 hasta 80 años y más, correspondía a 25.640, basados en las proyecciones del DANE para el 2018, este mismo grupo ascendería a 40.768, significando un crecimiento del 59%.

Específicamente para el grupo en estudio, En el censo realizado en el año 2005, se proporciona un resultado, acerca de los habitantes “que vivían de Jubilación o renta” en el municipio, el cual fue de 3.617, representando el 3.68%. Actualmente no se tienen datos actualizados de la población pensionada. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE, 2005).

Anhelado por personas en edad de retiro y pensionados por su ubicación geográfica, topografía y clima. En él se encuentran lugares de abastecimiento de alimentos agrícolas, almacenes de cadena, mini-mercados, red hospitalaria básica, cobertura de servicios públicos y privados en zona urbana, una amplia red bancaria entre algunos otros servicios ofrecidos a la

comunidad por ser una ciudad intermedia, capital de la provincia del Sumapaz. (Alcaldía de Fusagasugá, 2018). Los sectores que para el 2009 movilizaban el desarrollo de empleabilidad del municipio eran el comercial con un 22.9%, la agricultura un 19.9% y la construcción un 15.4%. (Alcaldía de Fusagasugá- Secretaria de Planeación, 2015)

La comuna Sur Occidental del municipio tiene una extensión de 3.418175 Km², caracterizada por concentrarse en un área de clima templado, donde su uso de suelos según Acuerdo 029 del 2001 del municipio de Fusagasugá es asignado como una zona habitacional de densidad alta, media y baja, además de poseer espacios de uso comercial. Su estratificación socioeconómica evidencia la existencia de 4.366 predios de los que se resalta que el 41.16% y el 40.79% corresponden a estratos 3 y 4 respectivamente, según la cartografía de la Secretaría de Planeación, los datos poblacionales de la Comuna Sur Occidental descritos por los consejeros comunales y las mesas de trabajo realizados en el Plan de Desarrollo Comunal / Sur Occidental “Construyendo futuro con calidad humana”, establecen que pueden llegar a 14.000 habitantes. Los informes del SISBEN año 2017 presentan 9.704 habitantes sisbenizados, distribuidos en 5.220 mujeres y 4.484 hombres; de acuerdo a la distribución de grupos etéreos el 19.8% se encuentran en edades mayores a 60 años de edad. (Alcaldía de Fusagasuga-Juntos si podemos, 2018).

En Fusagasugá, la concentración de población adulto mayor, se presenta en esta comuna principalmente en barrios como: La Gran Colombia, Llano Largo, Cooviprof, Ciudad Eben Ezer, Ciudad Comfenalco, Llano Verde, entre otros (Anichiarico Perez, Castaño Pungo, & González Gonzalez, 2015)

Esta zona, durante los últimos años viene presentado 35 desarrollos urbanísticos, cuenta con 3 Centros Educativos Oficiales y 2 Privados, 1 Puesto de Salud, 1 Centro Comercial y 13 Polideportivos de uso público. Así mismo por el crecimiento del sector y su cercanía a una vía de carácter nacional ha desarrollado una expansión comercial representada en zona hotelera, de discotecas, mantenimiento de automotores, empresas industriales, ferreterías, supermercados, restaurantes entre otros. (Alcaldía de Fusagasuga-Juntos si podemos, 2018)

Se observa gran presencia de inmigrantes pensionados de diferentes poblaciones del país que ven al municipio como alternativa para la realización de su proyecto de vida.

Los requerimientos solicitados por los diferentes grupos de individuos pueden ir desde suplir necesidades básicas de vivienda, salud, educación, alimentación y servicios, hasta medicina especializada, esparcimiento, mantenimiento de vehículos e inversiones independientes. Factores que movilizan el desarrollo económico, comercial y social de Fusagasugá en diferentes escenarios productivos, tanto públicos como privados.

Con este estudio se analizó el grupo de habitantes pensionados en la Comuna Sur Occidental, determinando gran parte de sus necesidades, hábitos de consumo y actividades preferidas para desarrollar en el municipio de Fusagasugá. Es importante reconocer aspectos de la cotidianidad de esta población, permitiendo implementar mecanismos que les brinden una mayor y mejor calidad de vida, constituyendo un segmento de mercado al cual ofrecer servicios especializados, adicional a las actividades turísticas que desde hace algún tiempo se viene percibiendo asociadas

al acogedor clima con el que se cuenta. Así mismo, concebir nuevas y diferentes alternativas de empresarialidad a partir de los aportes estadísticos y de caracterización que fundamentan un insumo motivador en la implementación de planes, políticas públicas y estrategias del sector privado mejorando la competitividad de la ciudad.

2.1 Árbol de Problemas

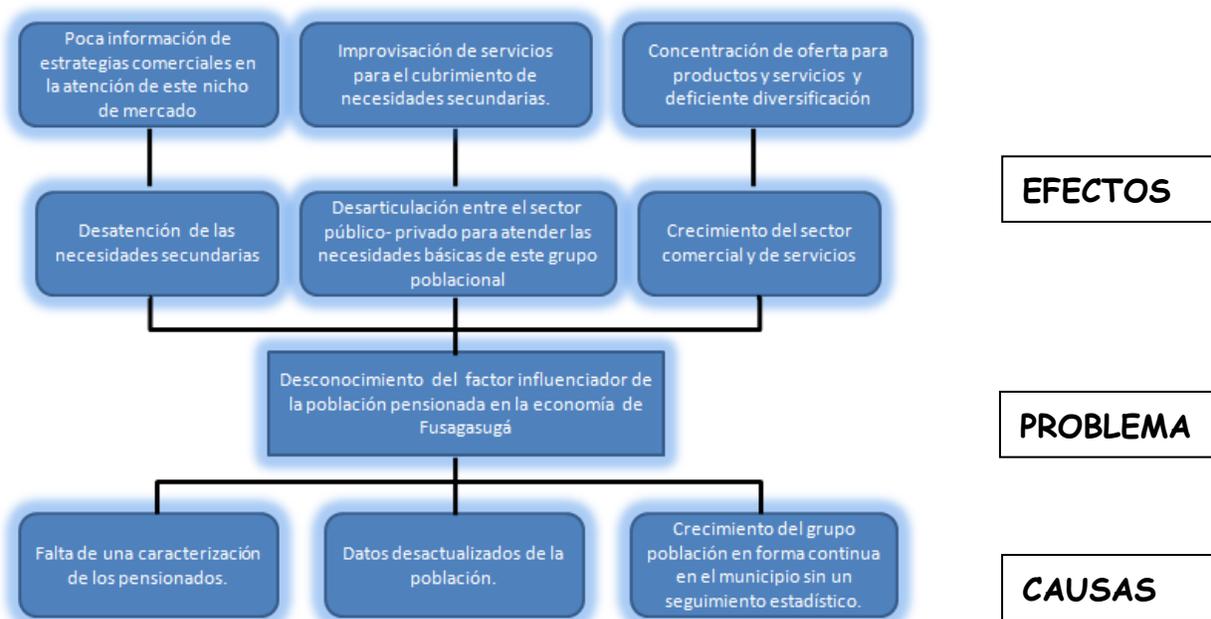


Figura 1. Árbol de Problemas
Fuente: Elaboración autores

2.2 Formulación del problema.

¿Cuáles son las características socioeconómicas de la población pensionada de la Comuna Sur Occidental de Fusagasugá y su efecto en la economía local?

2.3 Hipótesis.

El municipio cuenta con un alto porcentaje de población pensionada con poder adquisitivo que contribuye en el desarrollo económico de éste.

3. Justificación

En todo proceso evolutivo, los seres humanos exteriorizan y ponen en evidencia muchas manifestaciones psicosociales que son producto del paso del tiempo, la vejez es pieza importante del ciclo de vida; es en esta etapa en donde la carrera contra el tiempo es para los adultos mayores o personas jubiladas, un desafío no solo social, sino también de un proceso de interiorización del pensamiento y reflexión, se complica cuando las características y expectativas individuales adquiridas en el transcurso de la vida hacen parte de la adaptación cognitiva de cada uno.

Es importante considerar que no todas las necesidades están satisfechas, debido a que tienen en su desarrollo una posición individual y heterogénea, toda persona antepone su propia decisión de cómo llegar a envejecer.

En los actuales estándares de globalización todo grupo de individuos son objeto de análisis, con el fin de atender las diferentes necesidades que estos puedan demandar. Es así como hasta hace algún tiempo el término de pensionado o jubilado era sinónimo de vejez, soledad y quietud, esto está cambiando, ahora es considerado un mercado al cual hay que ofrecerle actividades y servicios que le proporcionen ventajas alejadas de la vida laboral buscando una vida plena.

Actualmente los países que manifiestan mantener mayores expectativas y condiciones favorables para los jubilados son los países nórdicos, en gran parte esta apreciación se da por medio de las políticas públicas de equidad salarial, social y género al igual que un sentimiento ciudadano de trabajar por propósitos colectivos. Según evaluación del 2017, el Índice de Desarrollo Humano (IDH) elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, estos países son considerados como los más felices de acuerdo con parámetros del volumen de ingresos, cantidad de años que viven las personas y nivel de educación alcanzado (Infobae, 2016)

En Suramérica el proceso de construcción de un sistema pensional efectivo y óptimo es una estrategia constante, en el seminario Nuevas tendencias en los Sistemas de Pensiones en América Latina, se establece que de la región 11 países han realizado reformas estructurales a sus sistemas de pensiones durante los últimos 25 años, nuevamente tres países lo realizaron en los 10 últimos años y 13 países realizaron reformas paramétricas. (Arenas de Mesa, 2017)

En Colombia se sigue incentivando los procesos laborales para asegurar la permanencia del sostenimiento al sistema de pensiones, puesto que en la actualidad de 22.3 millones de habitantes laboralmente activos solo 8.6 millones cotizan en el sistema de seguridad y la población de pensionados llega a 2.3 millones (Asofondos, 2017).

No se encuentran muchos estudios en donde se defina el tipo de gastos e inversiones que realizan los pensionados en Colombia, además de cubrir sus necesidades básicas; sin embargo, en materia de finanzas un estudio del Banco Caja Social reveló que 3 de cada 4 clientes pensionados de la entidad mantiene un producto de ahorro, destacándose la utilización del CDT en un 11%. Adicionalmente, entre mayor edad del pensionado aumenta el incentivo de ahorro (Banco Caja Social, 2017)

Algunas ciudades en el país mantienen características apreciadas por gran parte de los pensionados como son: salud, clima, tranquilidad y actividades de esparcimiento.

En la actualidad es creciente el interés por estudiar los comportamientos y actitudes de los individuos, grupos, etc.

Se pretendió con el estudio, establecer efectos económicos ejercidos por este grupo poblacional en el municipio y elaborar una propuesta de mejoramiento a las organizaciones encargadas de atender a esta población con el fin de optimizar la oferta de productos y servicios.

4. Objetivos

4.1 General

Analizar las características socio-económicas de la población pensionada ubicada en la Comuna Sur Occidental, Fusagasugá y su efecto en la economía local, que contribuya al fortalecimiento de bienes y servicios ofertados.

4.2 Específicos

- Desarrollar la revisión documental analizando los diferentes referentes de contexto, conceptual y teórico para aplicarlos al estudio realizado.
- Caracterizar la población pensionada de la Comuna que relacione su situación social y económica y el comportamiento frente al consumo de bienes y servicios.
- Elaborar una propuesta de mejoramiento dirigida a organizaciones encargadas de atender a esta población con el fin de optimizar la oferta de productos y servicios.

5. Marcos de Referencia

5.1 Marco de Antecedentes

Para el proceso de esta investigación se tuvo en cuenta algunos antecedentes de publicaciones monográficas e investigaciones que contribuyen de referente para la construcción de este.

Las autores Lizeth Fernanda Anichiarico Pérez; Leidy Alejandra Castaño Pungo; Wleydy Sthefany González González, Administradores de Empresas de la Universidad de Cundinamarca, presentaron el proyecto monográfico de investigación titulado “Análisis Situacional para el Apoyo del Adulto Mayor en Fusagasugá” (2015).

Dentro de los objetivos planteados, se busca realizar una caracterización del adulto mayor, un análisis de los programas nacionales ofrecidos a esta población, contrastando con la oferta local del municipio de Fusagasugá. Se plantea identificar el papel que desempeña la administración municipal para cubrir algunas necesidades visibles en el adulto mayor, al igual que determinar si lo ofertado cumple con los requerimientos y condiciones mínimas para su uso.

Por otra parte, se hace referencia a la importancia que tiene el municipio ante el departamento por la ubicación estratégica y condiciones climáticas que este ofrece.

Jeimy Lorena Arévalo Urrea; Diana Colina Talero Urrego, Administradores de empresas de la Universidad de Cundinamarca, presentaron Trabajo de Investigación titulado

“Organización y Actualización de la Información Dinámica Económica y Crecimiento Urbanístico del Municipio de Fusagasugá” (2013).

Su objetivo principal se dirige hacia organizar y actualizar información sobre el comportamiento económico, crecimiento urbanístico y el impacto social del municipio de Fusagasugá.

El aumento habitacional en forma general por gran parte del municipio, generado por el crecimiento de los pobladores representa un detonante para el surgimiento de negocios organizados e informales en diferentes sectores de la economía y consecuentemente se establecen y surgen cambios sociales dentro y fuera de los entornos familiares.

El autor Luis Mauricio Argüeso Gago, graduado en Relaciones y Recursos Humanos de la Universidad de Valladolid (España), presento su trabajo de grado titulado “Impacto del Número de Jubilados sobre el crecimiento económico en las provincias”. (2014/2015)

Propone en su investigación hacer una descripción de la estructura y evolución de la población pensionada en España, atendiendo la preocupación desde un punto de vista de la conformación del grupo y su evolución económica. Presenta como una principal conclusión *“el envejecimiento no solo supuso un gran lastre al crecimiento en el periodo de bonanza económica y sino que este envejecimiento ha actuado de forma positiva en la época de vacas flacas, creciendo la distribución vía pensiones de estabilizador automático de la economía”*. (Argüeso Gago, 2015)

5.2 Marco Teórico

5.2.1 Teorías económicas

5.2.1.1 Teoría de los sentimientos Morales.

En primer instancia uno de los principales teóricos de economía Adam Smith expone en el año 1759 la **Teoría de los sentimientos morales**, que aunque es poco mencionada dentro de sus obras, propicia un concepto filosófico del comportamiento social de los individuos, que es precedida por características individuales de ponerse en el lugar de los otros, con la idea alejada del egoísmo y la determinación por la satisfacción individual y “un beneficio social, hay un representativo argumento metafórico por Smith, denominado la mano Invisible”, cuyo significado económico expresa la autorregulación económica del libre mercado, por otra parte también visibiliza en su teoría que entre menos implicación de políticas gubernamentales y económicas se ejerzan, más fácil se encontrara el camino a maximizar resultados positivos del mismo mercado en favor de los clientes. (Sanchez G, Sf)

El autor fortalece su teoría anterior con la publicación del libro La Riqueza de las Naciones (Smith, 1776) , donde describe como la riqueza de las naciones depende del trabajo y no de los recursos, y este proceso la manifestación del egoísmo de los individuos comienza a ser pieza fundamental en la obtención de su bienestar particular. Es importante resaltar que uno de los textos que conforman esta publicación se centra en el uso del dinero y el precio de los bienes, que mas adelante le darían preámbulo a su postura hacia la Teoría del Valor.

5.2.1.2 Teoría del valor.

Esta teoría permite establecer o dar respuesta a la interrogante del porqué atribuirle un determinado valor o precio relativo a un producto o servicio, en un inicio la tendencia obedecía a

establecer la medición enfocados principalmente por la cantidad y calidad de mano de obra impresa al bien. Smith inicialmente se acerca a esta postura, sin embargo plantea el argumento sostenido en la **Teoría de la Suma** (teoría del costo de producción), la cual tiene la interpretación de adicionar al costo de la mano de obra una serie de erogaciones económicas que son fundamentales al momento de proporcionar un valor específico al producto, estos aspectos se concentra en: Las remuneraciones, Ganancias del capitalista y las rentas del latifundista.

Desde otro punto de vista en referencia a la teoría de valor, el autor Karl Marx mantiene una coincidencia con las posturas de Smith, sin embargo se distancia en interpretaciones más profundas en el valor de uso y valor de cambio que se puede dar como resultado en la venta de un producto, “El capitalista persigue por una parte, producir un valor de uso que tenga un valor de cambio, es decir, destinado a la venta, esto es, una mercancía” (Marx, 1867). El hecho de suprimir el valor de uso de un bien, es dejar a un lado la importancia de los elementos materiales y formas que dieron lugar a este mismo. Por otro lado, el valor de cambio es totalmente pertinente y difícilmente desligarlo puesto que estos encierran el “el valor en sí”, el valor de cambio está definido como la posibilidad que un bien sea intercambiado por otros bienes en una proporción determinada, Para Marx el valor de cambio de una mercancía es una manifestación de algo más. Lo que permite que una cantidad X de mercancía A equivalga a una cantidad Y de mercancía B es algo que no depende del carácter de valor de uso de las mercancías ni de los trabajos particulares con las que fueron producidas. Lo que hace posible la equivalencia es que ambas contienen la misma cantidad de «trabajo humano abstracto» materializado en ellas. El autor denomina como valor de las mercancías al trabajo socialmente necesario para su producción, siendo la magnitud del valor determinada por la cantidad (duración) de ese trabajo. (Marx, 1867)

Otro exponente de la teoría económica y sin lugar a dudas quien permitió recoger e interpretar diferentes posturas de la economía clásica y neoclásica es Alfred Marshall, quien cambia la forma de ver los pensamientos desde un punto de vista teórico a una utilización y soporte gráfico, fundamentado en aspectos matemáticos de los comportamientos sociales, en la publicación del libro “Principios de Economía” da explicación desde el punto de vista clásico del valor de los bienes determinado por el concepto de la oferta, adicionalmente explica el valor de estos desde su utilidad marginal (Valor que se le da a la última unidad consumida), concibiendo el factor de la demanda. (Marshall, 1890)

5.2.1.3 Teoría de Keynes.

En Estados Unidos se generó la llamada crisis económica de 1929, causada por diversos motivos, entre los cuales estaba el crecimiento aparente de la Bolsa de Valores de Wall Street (New York), en el que se generó inicialmente una tendencia alcista y los préstamos bancarios se incrementaron; el nivel de endeudamiento generado a causa la Primera Guerra Mundial trajo como consecuencia un déficit a algunas empresas y a otras las llevó a su cierre definitivo. El primer aspecto dio origen a la llamada “Gran depresión”; el segundo fue irónicamente el incremento de la fabricación industrial, en la cual, se producía mucho más de lo que las personas consumían, lo cual provocó la declinación de los precios, en especial de los productos agroindustriales; también el desempleo, la inflación y la crisis del sistema monetario. (Johsua, 2012)

La crisis no solo afectó a los Estados Unidos, también las principales bolsas de Europa cayeron en este efecto dominó, cada país buscaba la forma de proteger su economía y la de su nación, investigando mecanismos que amortiguan la crisis, de las cuales adoptaron el vender sus

acciones a precios bajos, dejando de comprar productos americanos, adicionalmente se pretendía desarrollar políticas arancelarias.

Con base en las difíciles consecuencias encadenadas por la crisis económica, los modelos clásicos, carecían de eficacia para afrontar la depresión, por lo cual surge un nuevo modelo económico, flexible a los cambios, postulado por John Maynard Keynes en su libro “La Teoría General de la Ocupación, el Interés y el Dinero”, evidenciando la importancia de incrementar el gasto público (compuesto por el consumo y la inversión del estado), incentivar la inversión privada, y de esta manera mejorar el nivel de ingresos para que aumente el consumo de los bienes y servicios, generando el efecto “multiplicador” soportado por el aumento de la Renta Nacional (Keynes, 1936).

Por otra parte, define el consumo como la parte de la renta que se destina a la adquisición de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades. La estimulación del consumo nacional está determinada por la adquisición de bienes y servicios de las familias, el cual está ligado al nivel de ingresos de la misma, también en el gasto público y las exportaciones netas (exportaciones menos importaciones). Siendo una variable vital para conocer y determinar la economía de las naciones.

La relación entre ingreso y consumo es directa y se deriva en su capacidad, es decir, cuanto mayor es el ingreso, de esta manera, mayor será el consumo. Cuando las personas logran satisfacer las necesidades, en bienes o servicios de consumo, el sobrante y/o remanente es destinado al ahorro, ya sea como medida preventiva de provisión, o de libre inversión. Esto permite que la población visualice un futuro óptimo, tiende a consumir más, o si la perspectiva es

negativa, la tendencia es ahorrar. El ahorro, es la variable tácita, ya que es la diferencia entre el consumo y la renta disponible (la renta se destina para el consumo, gasto o el ahorro).

Según Keynes el Estado debe garantizar el empleo o los puestos de trabajo, para que las personas tengan mayor poder adquisitivo y aumenten el consumo y el ahorro; también se incrementa la producción, e incentiva la inversión (Keynes, 1936).

En el caso de la inversión, es el incremento de los recursos, que con anterioridad se “sacrificaron” para obtener ganancias; a nivel empresarial la inversión se define como el gasto de las empresas en nuevos bienes de capital para incrementar el stock de capital dado o bien para reemplazar el equipo que se ha depreciado.

La inversión pública es la destinación de los recursos para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, que fueron captados previamente a los contribuyentes en general. La importancia de la inversión ya sea personal, empresarial o estatal radica en el crecimiento económico y obtención de beneficios económicos al corto o largo plazo.

Para la economía es importante el *gasto público*, ya que es la fuerza que se necesita para moverla y que esta se desarrolle óptimamente, siendo promotora de las políticas fiscales y monetarias para que se mantenga los componentes de consumo, ahorro e inversión activos; incentivar el gasto público garantiza el incremento en la generación de empleo y de esta manera el desarrollo económico.

El aporte de Keynes fue vital para ayudar a pasar la crisis económica en ese momento que pasaba Estados Unidos principalmente, a la vez, para las potencias mundiales, porque sienta bases sólidas y concretas en la importancia de la medición del consumo en los hogares, el ahorro y la inversión, permitiendo identificar la evolución de la economía per cápita, y del estado. La confianza en el consumo permite medir la eficiencia de la administración del gasto público, que

refleja la seguridad de los consumidores respecto a su propia economía y la del país. La determinación del gasto del consumidor está relacionada con el nivel de ingresos propios, esta secuencia genera dinamismo y crecimiento económico; pero también aproximación al comportamiento y las tendencias de la economía en un periodo de tiempo definido, evidenciando un estado económico, político y social beneficioso o de recesión (Keynes, 1936).

Frente a los supuestos de la economía clásica sobre información y previsión del futuro, Keynes rechazó que “La teoría ortodoxa supone que tenemos un conocimiento del futuro de una naturaleza muy distinta a la que en realidad poseemos [...] La hipótesis de un futuro calculable conduce a una interpretación incorrecta de los principios de comportamiento que la necesidad de la acción nos obliga a adoptar, y a una subestimación de los factores escondidos de la duda absoluta, la precariedad, la esperanza y el miedo”. (Keynes, 1936)

En lugar del supuesto de previsión perfecta, Keynes tomó, las expectativas sobre periodos futuros como dados. Las conclusiones del análisis dependen entonces de que las expectativas no cambien ante un cambio supuesto en otras variables: dado el estado de las expectativas, tal o cual cosa puede suceder como resultado de un cambio en tal o cual variable. En este caso, Keynes sustituyó el supuesto de previsión perfecta por el supuesto de expectativas exógenas que puede atribuirse, como lo plantea Phelps (1990, cap. 1), a la existencia de una comunicación inter temporal incompleta entre participantes del mercado y el problema consiguiente de coordinación de las decisiones inter temporales de ahorro e inversión. (Keynes, 1936).

Keynes argumenta, que la falta de empleo es una cuestión involuntaria, en cuanto a que la flexibilidad a la disminución de los salarios nominales no es una salida al problema de interrelación entre decisiones de ahorro e inversión; es necesario acudir a autores keynesianos, como Kalecki (1944) a Leijonhufvud (1968), Patinkin (1965) y Tobin (1980), los cuales entendieron el argumento de Keynes y la profundidad política económica (Skidelsky R. , 2009).

5.2.1.4 Teoría del consumidor

Los diferentes estudios del comportamiento de los individuos acerca de la toma de decisiones sobre un bien, se ha venido analizado a través del tiempo desde diferentes áreas académicas como la economía, psicología, sociología entre otras, sin embargo, no es clara la intención de establecer lo que impulsa su decisión, unos aspectos determinan la relación de costo-beneficio, la maximización de las utilidades y beneficios para éste, la satisfacción individual etc. En el último siglo la aparición de estudios del marketing, han tomado de la psicología y la sociología herramientas indispensables y bastante conducentes de los que puede interesarle al consumidor. Por una parte desde el punto de vista de la primera ciencia, el interés se centra en analizar los comportamientos individuales del consumidor y deja de lado aquello que le permite permanecer en contacto con grupos sociales y los diversos fenómenos de interacción presentes en ellos, siendo esta la justificación de integrar a la sociología, esta relación de estas ciencias ha venido fortaleciendo la elaboración de modelos, métodos, análisis de los diferentes grupos para lograr su necesidades y deseos. (Berenguer Contri, Gómez Borja, & Mollá Descals, 2006)

Son varios los planteamientos de los estudiosos del comportamiento del consumidor, pero algunos plantean hipótesis partiendo de una conducta de éste por la compra o consumo generada por una influencia específica denominada *motivación*.

Los planteamientos teóricos resaltan lo expuesto por Abraham Maslow y su pirámide de necesidades, las cuales se han relacionado anteriormente, otros autores como Herzberg, Mausner y Snyderman, 1967, identifican los factores motivadores desde un ambiente laboral, fijados en Factores Higiénicos (Sueldos, Condiciones físicas, Seguridad, factores Sociales, Técnicos, Status, ETC) y Factores Motivadores (Tareas estimulantes, Sentimiento de autorrealización, Logro o Cumplimiento ETC). El acondicionamiento de las circunstancias laborales que agraden y propicien excelentes relaciones de comportamiento social e individual mantiene la eficiencia y el agente motivador de los mismos. (Davis, 1979)

5.2.2 Teorías Administrativas

5.2.2.1 Necesidades de Maslow.

Uno de los principales referentes en determinar la importancia de las necesidades en el desarrollo y comportamiento del individuo es Abraham Maslow, que dentro de su Teoría de Motivación describe un rango piramidal de necesidades, el cual a medida que el individuo satisface cada nivel se da un ascenso jerárquico, cada superación se puede entender como una necesidad que no despierta más una motivación.



Figura 2. Jerarquía de Necesidades Básicas de Maslow.
Fuente: Elaboración a partir de Teoría de Motivación, Maslow, 1991

Necesidades fisiológicas

Son aquellos relacionados por una parte con el concepto de homeostasis y otros relacionados con los apetitos, los primeros hacen referencia a los requerimientos automáticos del cuerpo del individuo y los segundos son las elecciones alimenticias del mismo.

Necesidades de seguridad

Todos aquellos relacionados con la seguridad y protección material y emocional de las personas, entre ellos la estabilidad, dependencia, ausencia de miedo, ansiedad, estructuran de orden, ley y límites entre los principales.

Necesidades sociales

Aquellos aspectos del individuo relacionados con los afectos como el amor, pertenencia, el ser aceptados, y su vinculación con la sociedad

Necesidades de Reconocimiento

Se relacionan con todos aquellos temas de interés que afectan en forma interna al individuo desde su estima, como el respeto por sí mismo, el logro de objetivos, la confianza, la independencia, la libertad. Por otra parte, se encuentran también relacionados con su reputación (status, gloria, fama, dignidad, reputación, prestigio entre otros).

Necesidad de autorrealización

Es el resultado para lo cual se ha preparado durante un largo periodo, es la culminación de su razón de ser, sin embargo, no es un rol general, se determina según el deseo individual y el tiempo determinado por él para su propio logro.

El autor (McClelland D. , 1961) argumenta dentro de su teoría motivacional una jerarquía en tres pasos expuestos por necesidades existentes en la sociedad y sin ninguna distinción genérica en particular:

Necesidad de afiliación

Es aquel deseo motivador por pertenecer a un determinado grupo social, y poder ser escuchado aceptado por otros, claramente esto determina el atender y aceptar las diferentes posturas del resto del grupo. Es relevante la búsqueda de la cooperación, que el entusiasmo por superar a los otros individuos.

Necesidad de logro

Es la motivación de una persona por la proposición del establecimiento de metas y retos individuales, hay un arrojo de riesgos calculados y de trabajo individual, con la consecución de responsabilidad auto regulado.

Necesidad del poder

Son un comportamiento contrario a las necesidades de afiliación, en ella el individuo establece un horizonte competitivo, valorado por tener el reconocimiento social, y poder lograr o influir sobre otros. Hay una fuerte tendencia al desarrollo de responsabilidades, pero también se encuentran expuestos a presentar conductas psicopatológicas.

Otro de los exponentes más reconocidos de conceptos administrativos es Peter Drucker, en sus participaciones acerca del postmodernismo declara que es necesario implementar en las diferentes organizaciones modelos de gestión, un reconocimiento de la sociedad y conocimiento enfocado en el cumplimiento de objetivos, sin embargo aclara que la mejor estructura no garantiza resultados y el rendimiento.

En su obra *Las Nuevas Realidades*, Drucker propone un debate mesurado acerca de temas sociales, políticos y económicos en su proyección hacia el futuro, significativamente establece la “insuficiencia del estado como agente de redención social y evidencia que solo la productividad de una nación puede generar equidad entre su pueblo” (Drucker P. F., 1989)

El mismo autor refiere que el factor de producción ha dejado de ser el capital, la tierra o la mano de obra; ahora es el saber. La sociedad del saber se apoya en la educación como su motor principal (Drucker P. , 1993)

5.2.2.2 Teoría de competitividad.

El economista Michael Porter comparte dentro de su análisis estructural de las industrias en (Porter, 2015), reconociendo cinco fuerzas, de las cuales se resalta el poder de los Compradores, estableciéndose que el éxito de los Negocios está fundamentado en la satisfacción de sus

necesidades. El cumplimiento de los requisitos del cliente no es suficiente para asegurar la rentabilidad del sector industrial, es necesario generar un valor adicional que sea diferenciador pero que al mismo tiempo no pierda vigencia ante su competencia.

“El poder de los clientes determina cuánto retendrán del valor creado para ellos, dejando rendimientos para las compañías” (Porter, 2015).

El mismo autor complementa que las compañías se diferencian del resto de sus competidos por todo aquello que hacen especial y que sus clientes consideran valioso, y uno de esos aspectos es la “diferenciación”, aspecto que puede estar implícito en cualquier momento de la cadena de valor, sin embargo son asociadas con el aspecto físico de los productos ofrecidos y por el estilo y estrategia de mercadotecnia utilizada. La diferenciación da la alternativa de establecer un precio, aumentar las ventas, generar lealtad de sus clientes además de equilibrar y lograr un aprovechamiento del costo de los bienes y servicios que se ofrecen.

La competitividad vista desde un punto sistémico como el propuesto por (Esser, Hillebrand, Messner, & Stamer, 1996), el cual plantea que una competitividad industrial es el resultado de una interacción de procesos permanentes y complejos entre cuatro escenarios económicos de un sistema nacional, expresados en un primer nivel *micro* que lo integran las empresas que se encuentran en la búsqueda de un ejercicio sincrónico de eficiencia, rapidez, calidad y flexibilidad que puede estar sujeto a la cooperación y asistencia de otras organizaciones afines; en el siguiente nivel denominado *meso* se encuentra la intervención de entes como el estado y actores sociales con la disposición de desarrollar políticas de apoyo, formación de estructuras y procesos de aprendizaje; en tercer nivel *macro*, busca la efectividad de la interacción de las diferentes políticas públicas y la aplicación de mecanismos de gestión que propenden por potencializar las

mejores capacidades del país para su participación en el contexto internacional; por último el nivel *meta* que es la orientación de todas las transformaciones y concesos del estado, la empresa privada y los diferentes grupos sociales que encaminan todas sus energías para un cambio programado hacia el futuro dando soluciones a las necesidades internas y participando activamente del mercado mundial.

5.2.2.3 Teoría de Sistemas

El autor Von Bertalanffy 1969, expone la teoría de sistemas como una explicación opuesta a las teorías mecanicistas y robóticas de la época, donde se da el entendimiento del desarrollo de argumentos científicos desde una relación del comportamiento humano. La definición teórica afirma que las propiedades de los sistemas no pueden describirse en forma separada, se deben presentar en circunstancias globales, por otra parte se antepone un sistema como las interrelaciones de diferentes elementos que persiguen un fin común. (Bertalanffy, 1969)

La teoría distingue esencialmente tres premisas: 1) Los sistemas existen dentro de otros sistemas, 2) Los sistemas son abiertos, y 3) Las funciones de un sistema dependen de su estructura.

Las organizaciones sociales están en constante contacto con otras, que brindan diferentes beneficios, supliendo necesidades y actividades institucionalizadas para cada organismo como los de servicio social, educativas, deportivas, familiares entre otras. Todas ellas cumplen una función sistemática que debe garantizar la subsistencia de las comunidades.

5.2.2.3 Teoría de administración pública.

Esta teoría concentra sus estudios en los diferentes eventos y aspectos administrativos del Estado. Se reúnen los principios que buscan explicar, en una forma general, la determinación del

ser y el devenir de esta tendencia teórica. Los elementos esenciales que constituyen la Administración pública determinan “el ser”; y su devenir está marcado por la evolución conseguida a través del tiempo hasta llegar al presente. (Camacho, 2016)

Uno de los fundamentos esenciales del estudio de la administración pública como una disciplina independiente iniciada en los años 1756, es la atención que se tuvo sobre el concepto de policía, logrando hacer una diferencia en el desarrollo en lo administrativo, de lo político, lo financiero y lo económico, involucrados en ese gran fenómeno social del estado. Esta transformación permitió precisión de funciones además de una especialización de las mismas, que logran un encadenamiento y engranaje relacionados dentro del blindaje propuesto por el Estado. (Camacho, 2016)

Al referir el concepto de administración pública, el autor Omar Guerrero Orozco menciona que es *"una de las disciplinas que, con mayor dignidad, cuenta en su haber con pergaminos nobiliarios de antigüedad académica, su origen se remonta a los principios del siglo XVIII, cuando los soberanos de Prusia establecieron las primeras cátedras de enseñanza científica de los quehaceres administrativos, para los servidores del Estado"* (Guerrero O, 2000).

La Ciencia de la Administración Pública se da en orígenes de lo expresado por el autor Juan Enrique Von Justi en 1756 en Alemania, en principios de Ciencia de la Policía (Grundzätze der Policey-Wissenschaft). Es de entender que para aquellos años la expresión de policía no significaba lo que hoy día conocemos como institución al servicio de la sociedad, la policía para aquella época significaba administración pública como la vemos actualmente. Esa policía tenía la función de asegurar la armonía del Estado, por la sabiduría de sus lineamientos impartidos, el aumento de sus fuerzas y poder hasta lo más posible.

Para el año de 1834 Carlos Juan Bonnin, realiza estudios en los cuales el termino policía se había extinguido como ciencia y arte del Gobierno, para pasar a la noción de administración pública como aquella basada en un Estado defendiendo los derechos de los hombres y ciudadanos (Galindo C, 2000).

La Ciencia de la Administración Pública es destaca por su perfil social, cuyo objetivo es el mismo desarrollo del órgano ejecutivo del estado, para la buena práctica y realización de sus funciones en la prestación de los servicios públicos, obtenidos y de goce de las diferentes comunidades, en una forma equitativa y racional. La implementación se debe dar en la correcta interacción y esfuerzo de los organismos que la conforma.

Por otro lado el autor (Carrillo C, 1988), define a la administración pública como *“sistema dinámico -integrado por normas, objetivos, estructuras, órganos, funciones, métodos y procedimientos, elementos humanos y recursos económicos y materiales a través del cual se ejecutan o instrumentan las políticas y decisiones de quienes representan o gobiernan una comunidad políticamente organizada”*.

La Administración Pública se mantiene actividades permanentes como la preservación del orden público, la satisfacción de necesidades de los ciudadanos y la generación del desarrollo económico y social, estableciendo la base jurídica para el acto administrativo en un orden jurídico, que busca crear, modificar o disolver situaciones jurídicas en forma particular y concreta. Ya que en el Estado de derecho, las actividades administrativas se presumen ante el principio de legalidad donde dichos actos en la gestión pública deben delimitados y orientados por lo que señala la Ley. Otra concepción es considerada en la Administración pública al esfuerzo permanente y racional de los gobernantes por cumplir todos y cada uno de los compromisos adquiridos ante los ciudadanos, siendo una similitud a las disciplinas académicas

en desarrolladas en la implementación del método científico en la obtención de resultados y soluciones a innumerables problemas y actividades resultantes en la relación continua y motivada entre Estado y la sociedad civil. Hay toda una semejanza en los problemas estructurales y funcionales de las organizaciones privadas existentes en cualquier estado, aun cuando sus características desdibujan su objetivo o su misma actuación diaria. Su transformación de insumos en productos, se presenta en: los recursos humanos, financieros, materiales, políticos, tecnológicos y de poder, expresando como resultados procesos de toma de decisiones en función de la sociedad.

La Ciencia de la Administración es para (Bonnin, 1834), *“Relaciones entre la comunidad y los individuos, y de los medios de conservación de esas mismas relaciones por acción de las leyes y los magistrados sobre las personas y las propiedades, en todo a lo que interesa el orden social”*.

Después de las diferentes crisis de los años 30 del siglo pasado, se hace necesario la intervención del estado por el crecimiento acelerado del capitalismo, políticas públicas en pro de equilibrar las desigualdades sociales, y el rompimiento de las tendencias políticas y económicas liberales del siglo XIX, el estado de bienestar concebido por Keynes, permite dar una solución sustancial tratando de generar un equilibrio entre la relación el estado, empresarios y trabajadores, el primero debería conjugar criterios de políticas económicas con las tendencias liberales del mercado y lograr un entendimiento entre las relaciones laborales y condiciones propicias que estimularan un buen desempeño y escenarios propicios que desencadenaran en consumo de productos en el mercado. Adicionalmente, un impulso fundamental en inversión de programas y proyectos de interés público.

Según Ricardo Salazar (2014) define la administración pública como *“una interpretación compartida de la realidad, que sostiene un grupo de personas, a partir de sus conversaciones, hábitos y creencias”*. El arquetipo que se conforma en una estructura cognitiva delimitada en el percibir y el actuar de un grupo de personas, que instituyen a la vez un conjunto de reglas que orientan la acción de quienes intervienen y comparten. *“La construcción de paradigmas se origina en cómo la tradición científica construye y transmite su conocimiento, a partir de reglas explícitas expuestas en la educación científica”* (Salazar, 2014).

En la administración pública, la noción de paradigma es entendida como el instrumento que permite comprender cómo en las organizaciones se fabrica una realidad que a partir de esta se estructura un modelo y directrices de los procesos que integran el quehacer de las entidades. De otra manera es todo aquello que se relaciona con estilos gerenciales, liderazgo y toma de decisiones en el ámbito administrativo.

La administración pública se ha caracterizado por tener un modelo burocrático (Sociólogo Marx Weber) que ha planteado la racionalización de todos los procesos con un corte tradicional. Con un mecanismo intercambio de beneficios (empleo, servicios, prestigios, entre otros.) a en contra prestación de apoyos políticos, que ha denominado *“clientelismo burocrático”* y de *“actuación auto referenciada”* (Lopez, 2003). Este comportamiento frecuente de organizaciones burocráticas públicas derivado de los mecanismos de apartamiento social que dejan como resultado una cultura organizacional cerrada o auto referenciada, que de alguna manera manifiestan en un comportamiento institucional con orientación en función de mantener y aumentar sus privilegios, dejando a un lado el propósito de lograr la satisfacción de las necesidades de la sociedad; el mismo clientelismo ha fabricado y ha agudizado todos estos resultados, así mismo el ejercicio de toma de decisiones ha terminado sujeto a una politización

que permean todos aquellos asuntos públicos del estado y la importancia del mismo y de sus actores. (Lopez, 2003).

Las instituciones públicas se construyen en torno a multitud de actividades pertinentes, de procedimientos para garantizar su mantenimiento en las cuales se desarrolla la división de trabajo, organizadas con el fin normativo y mediante reglas que se crean para este determinado grupo se cumplan con mayor factibilidad, lo cual genera una ineficiencia, pues a pesar de que se cumpla con el logro, siempre se debe hacer la actividad o función de determinada manera, sin importar el tiempo o los recursos que utilicen. A pesar de que se lograron cambios con la Constitución Política de 1991, como el mérito en la carrera administrativa, aún el funcionamiento del sector público continúa caracterizado por la tradición de procesos, la ineficiencia, el paternalismo y cada vez más es sinónimo de corrupción. (Lopez, 2003).

La gobernanza se ha planteado como un nuevo modelo de la administración pública que se superpone a la Nueva Gestión Pública (NGP) y es una nueva reforma de los Estados modernos para modernizar su gestión, el fortalecimiento de sus democracias y el aumento de la gobernabilidad de los diferentes países, así mismo para implementar procesos de rendición de cuentas, calidad regulatoria, Estado de derecho y control de la corrupción (Peñuela, 2014).

5.2.3 Principales Teorías Psicológicas de la Jubilación

5.2.3.1 Teoría de la Desvinculación.

Los procesos de cese de actividades laborales en las personas en cualquier lugar del mundo mantienen impactos sociales e individuales que solo algunos son capaces de reconocer y asumir como parte de la vida, los autores E. Cummings y W.E. Henry en 1961 presentan una “teoría del retraimiento o desvinculación”, postura psicosocial acerca del envejecimiento y las dificultades

que afectan las relaciones del individuo y la sociedad. El estudio realizado por este equipo de trabajo perteneciente a la Universidad de Chicago, centra toda su atención en el comportamiento de un grupo de personas que van perdiendo el interés en los vínculos laborales generando un desarraigo, que se caracteriza por la disminución del número de actividades y su falta de entusiasmo por entrar en contacto con algunos grupos sociales acordes a su edad, pero por otro lado si despierta un fuerte atención y compromiso centrada en sí mismo, y en su mundo interno. (Cumming & Henry, 1961)

5.2.3.2 Teoría de la Actividad

Se parte de una oposición de lo propuesto por la teoría del retraimiento, en esta, el autor Robert Havighurst en 1961, expone mediante el estudio en su teoría el “Envejecimiento exitoso”, la posibilidad que los individuos entre más activos permanecen, más tiempo tienden a vivir en forma gratificante. Años posteriores, el mismo propone un acuerdo consistente en el equilibrio entre la separación o desvinculación del individuo en el inicio y la búsqueda de la actividad individual como parte de un envejecimiento saludable.

5.2.3.3 Teoría de Roles

Es evidente que ante el proceso inevitable del transcurso de los años, cada uno de los individuos tiene un protagonismo motivado con su realización, Irving Rosow en su libro “Integración Social de la Edad” 1967, expone una realidad en el rol que realiza cada persona en los contextos de interacción social a los cuales se enfrenta a lo largo de la vida, como por ejemplo el de hijo(a), padre o madre, trabajador, entre otros. Es imprescindible atender que cada etapa da lugar a una figuración o status que permite fortalecer su imagen y auto estima individual.

La vejez establece un paso fundamental en las personas, su buen desempeño en este rol será positivo en la forma en que este logre ejercer actividades acertadas en el proceso cronológico, e ir asumiendo su participación orgullosamente. El autor también enfatiza que no todos los comportamientos del adulto mayor se dejan llevar en el sentido de desvinculación e integración, es sabido que en algunos lugares diferentes al contexto occidental sobre el cual se realizó el estudio, mantienen un papel relevante para el anciano y no una exclusión social. (Irwin, 1967)

5.2.3.4 Teoría de la Subcultura

Esta teoría enmarca un proceso de movimientos de grupos sociales en Estados Unidos, estudiados por el sociólogo Arnold M Rose, los cuales presentan una tendencia coincidente en el comportamiento de hombres y mujeres mayores de 65 años, consistentes en la alimentación, recreación, esparcimiento entre otras diferentes actividades de socialización. También resalta en sus escritos la aparición de un gran número de asilos, ancianatos, centros de jubilados, todo ello buscando conformar comunidades especializadas en el tratamiento de necesidades de individuos basados en su actuar cronológico, en este caso la “vejez”, su relación profunda por acontecimientos significativos por su participación en cambios sociales, organizacionales y familiares, hacen de ellos un intercambio de conocimientos y vivencias. (Rose, 1962)

Esta postura de Rose, también tiene una fuerte relación con lo planteado por Mathilda Riley (1972), en la **Teoría de la estratificación por edades**, basada en un estudio y observación de personas de las mismas edades, donde es evidente la búsqueda entre ellos por circunstancias históricas, su énfasis en la visibilidad de estratificación o “Capas” sociales reconocidas por los psicólogos, dando importancia a un gran grupo de individuos mayores de 80 años de edad y con

una gran influencia en la toma de decisiones políticas en Estados Unidos para su respectiva época. (Riley, 1972)

5.2.4 Teoría del Marketing

A partir de las diferentes teorías administrativas, económicas, y de psicología entre otras, se ha buscado identificar el valor del producto, la importancia del cliente, así como la forma de entender lo que lo motiva hacia la intención de adquirir bienes y servicios que satisfacen sus necesidades o sus deseos, y la generación de movimiento económico y social de los diferentes sectores de un país.

El comportamiento del mercado se ha transformado en disciplina de estudio, en cuyo contexto se habla de uno de sus principales exponentes como lo es Philip Kotler, el cual ha llevado al marketing en una constante evolución, unas de sus definiciones al respecto: “Es la administración redituable de las relaciones con el cliente”; “es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando e intercambiando valor con otros” (Kotler & Armstrong, 2007); “el Marketing es la técnica de administración empresarial que permite anticipar la estructura de la demanda del mercado elegido, para concebir, promocionar y distribuir los productos y/o servicios que la satisfagan o estimulen, maximizando al mismo tiempo las utilidades corporativas”. (Kotler & Armstrong, 2007)

Sin embargo, para llegar al resultado óptimo de estos conceptos se requiere un trabajo arduo y constante en identificar, captar, y retener la atención de los clientes. Se necesita una serie de estrategias ligadas a conseguir compradores, identificar sus necesidades, diseñar diversas propuestas de ofertas, propiciar canales de distribución, fijar precios acordes, prestar adecuados servicios, entre otros; son solo algunas de las actividades para llegar al objetivo.

A continuación se muestra el modelo básico de marketing presentado por Philip Kotler & Gary Armstrong



Figura 3. Modelo básico del Marketing

Fuente: a partir de Philip Kotler, Gary Armstrong (2007), Principios de Marketing

En otra de las obras representativas del autor Kotler como lo es Marketing 3.0, realiza una retro- inspección en la evolución del marketing, desde su misma óptica contada en el “marketing 1.0”, con un enfoque del mercado hacia el producto que se debe consumir, luego se trasciende en un “marketing 2.0” que enfatiza en el consumidor, y un nuevo contexto de desarrollo concentrado no solo en el consumidor, si no en su contexto de lo que quiere, como lo quiere y las implicaciones de beneficios y consecuencias en su entorno, es una visión más amplia que busca redituar un beneficio integral de todas sus partes. (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2011)

Se relacionan a continuación los diez mandamientos del marketing propuestos en Marketing 3.0 de (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2011)

1. Ama a tus clientes y respeta a tus competidores
2. Sensibilízate ante el cambio y muéstrate dispuesto a la transformación
3. Cuida tu nombre y sé claro respecto a quién eres
4. Los clientes son diferentes; dirígete primero a aquellos a los que más puedas beneficiar

5. Ofrece siempre un buen envase a un precio justo
6. Muéstrate siempre localizable y lleva la buena nueva
7. Consigue clientes, consévalos y haz que crezcan
8. Sea cual sea tu negocio, es una empresa de servicios
9. Perfecciona continuamente tu proceso de negocio en de calidad, coste y entrega.
10. Recaba información relevante, pero utiliza tu sensatez para tomar la decisión final.

El marketing se especializa día tras día, y nuevos conceptos vienen ajustándose e incorporándose desde hace algunos años, y es *la propuesta de valor*, concepto que las organizaciones pretenden ofrecer mediante los bienes y servicios presentados a sus diferentes clientes, este significa la oportunidad de brindar el distintivo para toma de decisión del mismo.

5.3 Marco Conceptual

5.3.1 Pensión en Colombia.

Pensión: Es una prestación económica recibida de manera mensual por los trabajadores, según su modalidad de aporte, dependiente o independiente, en el momento de su desvinculación y en uso de buen retiro de labores con base en los aportes que hicieron a un fondo de Pensión Obligatoria durante su vida de actividades laborales.

Su adquirencia puede ser por vejez, cuando se recibe al término de un número determinado de semanas, años cotizados y valor de dinero ahorrado en el fondo de pensiones; de invalidez, cuando se presenta incapacidad permanente en más del 50% para ejercer labores; o de sobrevivencia, cuando muere el trabajador y sus beneficiarios lo sobreviven (Protección Fondo de Pensiones y Cesantías , 2018).

En Colombia, en la actualidad se cuenta con dos sistemas o modalidades para acceder a una pensión, el primero denominado el Régimen de Ahorro Individual con Solidaridad (RAIS) el cual es administrado por fondos privados (AFP), y el segundo es un Régimen de Prima Media (RPM) y su funcionamiento depende de una entidad pública llamada Colpensiones.

Existen en el país de acuerdo a la ley tres tipos de pensión:

- Por Vejez: es aquella que se obtiene una vez terminada la vida laboral del individuo, cumpliendo uno requisitos en tiempo, aportes y edad. Según la modalidad de sistema tiene algunas especificaciones particulares.
- Por Invalidez: es una retribución económica efectuada mensualmente, que se percibe por la pérdida del 50% de la capacidad laboral del cotizante en forma no intencionada o no profesional, es de aclarar que para ello se establecen unos lineamientos de evaluación médica y requerimientos del sistema.
- Por Sobrevivencia: corresponde a una mesada a que tiene derecho los beneficiarios de acuerdo a ley por concepto de vejez, invalidez o fallecimiento del afiliado.

En enero del año 2004 entró en vigencia en Colombia la edad mínima para pensionarse, se establece en 57 años para las mujeres y 62 años para los hombres siempre y cuando se cumplan requerimientos de semanas cotizadas y lo establecido en la Ley 797 del 2003.

Es de aclarar que existen en el país algunos sistemas especiales y de excepción no cobijados por la ley 100 de 1993, en algunos casos empleados de entidades públicas, como el Magisterio de Educación, magistrados, empleados de altas cortes, senadores, empleados de Ecopetrol, Foncolpuertos entre otros. También está establecido que están excluidos de la anterior

ley, los miembros de las Fuerzas Militares y de Policía con la entrada en vigencia de la ley 238 de 1995, además de los condicionamientos de rangos y características de retiro.

5.3.2 Caracterizar

Un significado al término lo hacen los autores (Bonilla Castro, Hurtado Prieto, & Jaramillo Herrera, 2009): es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo. Para cualificar ese algo previamente se deben identificar y organizar los datos; y a partir de ellos, describir (caracterizar) de una forma estructurada; y posteriormente, establecer su significado.(p.1)

5.3.3 Estudio Socio-económico

Es la elaboración de un escrito que permite comprender ambiente económico y social de un individuo en específico, es la necesidad de entender mediante una investigación todos aquellos aspectos propios y de interés de dicha persona, un ejemplo de ello es la disposición económica actual, su forma de vida, su marco familiar y social. (Corporativo SERCA S.C, 2018)

5.3.4 Productividad

A través del tiempo se ha evolucionado en la definición de este término, para el autor Martínez de Ita (2007), conceptualiza la productividad como un parámetro que representa que tan bien se viene usando los recursos de una determinada economía en la producción de bienes y servicios; de otra forma se determina como una relación entre los insumos utilizados y el número de productos resultantes, resaltando la eficiencia de la utilización de insumos o recursos como humanos, de capital, conocimientos, energía, entre otros, con la intención de satisfacer a un mercado. (Martinez de Ita, 2007)

5.3.5 Gasto

Por si solo el concepto de gasto está implícito en una acción gastar, es decir, utilizar un valor monetario en algo, o el desgaste normal por su uso). En términos económicos, es conocido como la cantidad que se gasta o se ha consumido. El termino no solo se empleado en parámetros netamente corporativos o gubernamentales, es aplicable en la cotidianidad en las familias.

Desde el punto de vista empresarial el gasto es de notorio control, su manejo es imprescindible puesto que afecta directamente las ganancias o pérdidas. A nivel familiar es una necesidad permanente de administración, su desarrollo les permite afrontar sus obligaciones y suplir necesidades. Para el gobierno, el control del gasto genera relevancia para no tener incidencias de déficit fiscal y un buen aprovechamiento de los recursos del estado. (Pérez Porto & Merino, 2009)

“El pago de servicios (electricidad, gas, telefonía) y la compra de alimentos, por ejemplo, forman parte del gasto de una familia. Las empresas gastarán también en insumos y salarios, mientras que un gobierno gasta en obras públicas”. (Pérez Porto & Merino, 2009)

5.3.6 Competitividad

Para Porter M, (2003) *“La competencia es una de las fuerzas más poderosas en la sociedad, que permite avanzar en muchos ámbitos del esfuerzo humano”*. Es una actividad que trasciende al ámbito empresarial que busca el liderazgo de mercado, o para los gobiernos que enfrentan el rápido devenir de la globalización o incluso para organizaciones sociales que actúan ante las necesidades de la misma sociedad. Todos los entes precisan su estrategia para ofrecer valor agregado a sus clientes.

Hoy en día, esto es más verdad que nunca, ya que, en las últimas décadas, la competencia se ha intensificado de forma espectacular en casi todos los campos, desde los países y la cultura,

hasta la educación y la atención sanitaria (Porter M. , 2003).

5.3.7 Consumo

“El consumo es la acción por la cual los diversos bienes y servicios son usados o aplicados a los fines a que están destinados, ya sea satisfaciendo las necesidades de los individuos o sirviendo los propósitos de la producción”. (Cuartas M., 2006)

El autor Vicente Cuartas M, expone que desde el punto de vista de la economía el consumo es considerado como el fin primordial de la actividad económica. Es el uso de bienes y servicios para la satisfacción individual y la de los otros. (Cuartas M., 2006)

5.4 Marco Contextual

5.4.1 Contexto histórico municipio de Fusagasugá.

El municipio de Fusagasugá tiene presencia dentro del contexto nacional aproximadamente de cuatrocientos veinte seis años, donde la existencia de grupos indígenas predominaba por la importancia de su ubicación geográfica y la nutrida naturaleza de la región. El 5 de febrero de 1592 se constituyó un pueblo de indios a partir de la orden impartida por el Oidor Bernardino de Albornoz en su visita a estos lugares, desde este momento se hace un trazo compuesto por calles, manzanas alrededor de una plaza y una iglesia.

A partir de los años 1775 y 1776, con las Reformas Borbónicas del Virreinato de la época se comienzan a establecer cobros de tributos que incluían a blancos, mestizos e indios; siendo en esta época con la presencia del fiscal Francisco Antonio Moreno Escandón el desplazamiento de los indígenas incluyendo los de la zona de Pasca, a lo cual se atribuye la desaparición de identidad de la región y el inicio de una constante lucha por derechos de diferentes grupos.

La riqueza natural de la zona despierta una especial atención por algunos estudiosos de la época, como José Celestino Mutis quien fue informado por Antonio de la Torre y Miranda hacia 1783 y 1784 por la existencia de tipos de quina (naranjada), siendo explotada y exportada hacia Europa. Las anteriores intenciones generaron motivación a Jorge Tadeo Lozano adquiriendo una propiedad en la zona y posteriormente se tendrían visitas prolongadas por Francisco Antonio Zea y Antonio Nariño. El comercio de la quina despertó el interés de hacendados bogotanos que fueron instalándose en forma oportuna por la región, sin embargo, el manejo inadecuado de la producción terminaron eliminándolo, en ese momento el cultivo de café modifica la importancia de la región llevando a ser reconocida a nivel nacional y experimentando una migración permanente en los últimos años del siglo XIX y una gran parte del XX.

Después del periodo de luchas armadas presentadas a mediados del siglo XX al cual la región del Sumapaz y notablemente Fusagasugá no fue ajena, se genera una disminución de la producción del café y se presenta diversificación de cultivos agrícolas. La existencia de un gran número de haciendas en cabeza de inversionistas capitalinos despierta el desarrollo de actividad turística, la cual sigue en aumento soportada en el beneficio de su clima, tranquilidad y diversidad de flora que circunda la ciudad. (Martínez Cleves, 2011)

5.4.2 Contexto Geográfico

El municipio de Fusagasugá hace parte de la provincia del Sumapaz del departamento de Cundinamarca, ubicado al suroccidente de Bogotá a una distancia de 59 km, meseta rodeada por el río Cuja y el Chocho, el cerro del Fusacatán y el Quininí que hacen parte del denominado valle de los Sutagaos, y la altiplanicie de Chinauta (Alcaldía de Fusagasugá, 2018).

La división política municipal se encuentra conformada en la zona urbana por 6 comunas (Norte, Centro, Sur, Oriental, Sur Oriental, Occidental y Sur Occidental) distribuidos en 47 barrios, en la zona rural por 5 corregimientos (Norte, Oriental, Occidental, Sur Occidental y Sur Oriental) distribuidos en 35 veredas. La extensión territorial es de 204 km² conformados por 13.22192 Km² en la zona urbana y 190.77808 km² en la zona rural.

La altitud del municipio se encuentra entre los 550 mts a los 3050 m.s.n.m y la altura promedio es de 1.728 m.s.n.m, presenta una temperatura promedio de 19 grados centígrados, la humedad relativa del ambiente puede encontrarse entre un 93% y 74%, limita al norte con los municipios de Sílbate y Sylvania, al sur con, Pasca, Arbeláez y Melgar (Tolima); al oriente con Pasca y Sílbate; al occidente con Tibacuy y Sylvania. (Municipio de Fusagasugá, 2012)

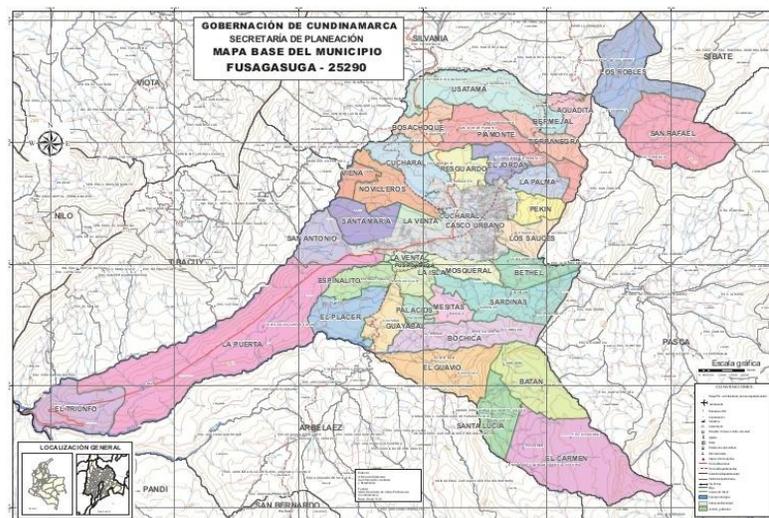


Figura 4. División Política Municipio de Fusagasugá.
Fuente: Alcaldía Fusagasugá, 2018; Tomado de WWW.fusagasuga-cundinamarca.gov.co

La economía se encuentra centrada en el desarrollo agropecuario regional, la construcción de viviendas, transporte, comercio dentro de las principales, pero el crecimiento del sector Servicios se está fortaleciendo en actividades como la educación, turismo, recreación, transporte, salud y apoyo de políticas públicas a la agrotecnología (Alcaldía de Fusagasugá, 2018).

5.4.3 Marco Legal

El sistema pensional en Colombia concebido dentro de una estructura de seguridad integral se remonta en forma normativa en los años primeros del siglo pasado donde se beneficiaban inicialmente militares de determinados rangos, 1945 con la Ley 6 en su Artículo, literal b, donde establece una pensión en forma vitalicia a empleados del estado que cumplieran 50 años y con más de 20 años de servicio, posteriormente mediante el decreto 3135 del año de 1966 se aumento la edad de los hombres a 55 años. Posteriormente con la ley 33 de 1985 dio igualdad a hombres y mujeres en el establecimiento de la edad de pensión en 55 años, además de crear dos niveles de jerarquía y algunas excepciones.

En 1946 con la ley 90 se crea el Instituto Colombiano de seguros Sociales por el cual se establece el seguro social obligatorio de los trabajadores nacionales y extranjeros que presten su servicio a otra persona en virtud de un contrato expreso o presunto de trabajo o aprendizaje. Se da un marco jurídico solido para proteger a los ciudadanos, en la presente ley en el Capítulo IV sección tercera artículo 45 al 50, se describe una serie de aspectos que brindan oportunidad de aseguramiento y derechos adquiridos para los trabajadores en casos de invalidez y vejez.

5.4.3.1 Constitución Política de Colombia 1991.

En la Carta Magna del Estado colombiano en su artículo 48, describe la “Seguridad Social como un servicio público de carácter obligatorio prestado bajo la dirección y control del Estado“, además de definir los medios para que los recursos destinados a las pensiones conserven el poder adquisitivo constante. Posteriormente en el artículo 53 expresa la creación de un estatuto del trabajo que garantice principios mínimos fundamentales que para el caso de las pensiones se

debe contar con su pago oportuno y el ajuste periódico. (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

5.4.3.2 Ley 100 de 1993

Esta ley concibió un sistema formado por un grupo entidades públicas y privadas, además de crear uno regímenes generales para el manejo de las pensiones, salud, riesgos profesionales y servicios sociales complementarios, posibilitando la oportunidad de que los trabajadores pudieran escoger libremente el manejo y prestación de estos servicios. Para el caso de las pensiones define el amparo en el caso de invalidez, vejez o muerte. Aparecen dos figuras para el manejo de pensiones que son: el Régimen Solidario de Prima Media con Prestación Definida administrado por Instituto de Seguros Sociales (Actualmente Colpensiones) y el Régimen de Ahorro y capitalización Individual con Solidaridad que está a cargo de Fondos Privados de Pensiones. Para su momento la edad de pensión era de 55 años para las mujeres y 57 para los hombres, sujetos a montos de ahorro, tiempos de cotización y disposiciones especiales.

(Congreso de la República de Colombia, 1993)

5.4.3.3 Ley 797 del 2003

La presente Ley dio paso a algunas modificaciones sobre la ley 100 de 1993, principalmente el aumento del tiempo de edad para jubilarse, puesto que pasó a 57 años para las mujeres y 62 años para los hombres a partir del año 2014, las semanas de cotización requeridas para acceder a la pensión pasaron del 1000 a 1300 el cual se llevó a cabo en forma gradual desde el año 2005 hasta el 2015, también se estableció el cobro adicional para aquellos trabajadores que tengan ingresos iguales o superiores a 16 smlv, valores que serán trasladados al Fondo de Solidaridad Pensional administrado por el estado, entre otras disposiciones. (Congreso de la República de Colombia, 2003)

6. Metodología

Se utiliza el método científico y deductivo, el primero consiste en la obtención del conocimiento teórico, mediante la práctica de herramientas fiables con la idea de llegar a unos resultados que ayudan a profundizar o argumentar tesis de cuestionamiento humano, evitando la subjetividad y probándolas en casos de estudio (Bunge, 2000); el segundo proporciona la posibilidad de realizar razonamientos lógicos partiendo de leyes y teorías generales hacia el análisis particular, obteniendo según sus la postura de sus premisas, consecuencias lógicas y estrictas. (Rodriguez & Perez, 2017)

6.1 Tipo y Enfoque de Investigación

El tipo de investigación es descriptiva de carácter exploratorio, para el cual se tienen presente condiciones sociales y económicas de personas o actores que hacen parte del objeto de estudio. El enfoque de investigación mixto (Cuanti-cualitativo), por tanto se midieron variables, realizando un análisis porcentual por cada una de ellas y su participación en el estudio, llevando a cabo mediciones numéricas y conteos, estableciendo pautas de comportamiento sociales y económicas. Cualitativo: se profundizó en aspectos de la población pensionada, para explicar el comportamiento de consumo y su conexión con la economía local.

La investigación tiene una medición de corte transversal, puesto que se analizaron distintas variables en un periodo determinado y no relacionado con sus cambios a través del tiempo.

6.2 Población y Muestra

La población corresponde a la pensionada que habita la Comuna Suroccidental de la ciudad de Fusagasugá.

El municipio tiene una extensión total de 194.1 kilómetros cuadrados, 180.25 km cuadrados área rural y 13.85 Km cuadrados área urbana, distribuidos en seis comunas y cinco corregimientos.

La Comuna Sur Occidental, es conformada por barrios como: *Quince de Mayo, Villa Patricia, San Marcos, Cámbulos, Gran Colombia, El Futuro, Maíz Amarillo, La Venta, La Pampa, La Caja Agraria, San Martín de los Olivos, Comfenalco, Villa Rosita, Altamira, Llano Largo, Llano Verde, Llano Alto, San Francisco, Ciudad Jardín, Ciudad Eben-Ezer, Girasoles*, (Alcaldía de Fusagasugá, Secretaría de Planeación, 2016) y un determinado de desarrollos habitacionales que en el futuro se adelantan.

De acuerdo con los datos proyectados por el DANE Censo 2005, al año 2019 la población de Fusagasugá corresponderá a 145.039 habitantes, en el mismo año las personas cuyos ingresos dependían de la pensión en el municipio correspondía a 3.617; por tanto, la metodología utilizada en el cálculo muestral se enmarcó en los métodos probabilísticos, específicamente se utiliza la fórmula de población finita:

$$N= 3.617$$

$$Z= 1.96 \text{ (Nivel de confianza del 95\%)}$$

$$p = 50\% \text{ (porcentaje de la población que tiene el atributo deseado)}$$

$$q = 50\% \text{ (porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado)}$$

$e = 7.7\%$ (error de estimación máximo aceptado)

Tamaño de la muestra= 157

6.3 Técnicas Empleadas

Se utilizaron técnicas e instrumentos de recolección de información en la investigación como:

- Documentación de fuentes secundarias, seguimiento de estudios, antecedentes y documentación que aporte información para los análisis efectuados.
- Fuentes primarias: diseño del instrumento técnico de valoración aplicado a la muestra de la población pensionada de la comuna Sur Occidental.

Este instrumento consta de 77 preguntas; clasificado en cuatro secciones:

1. Aspectos generales de la encuesta: lugar y fecha, barrio, dirección, género, profesión, pensionado de que entidad, nivel de escolaridad, nivel de ingresos, ingresos por otra actividad
2. Información socio-económica: país, departamento y municipio de nacimiento, vivienda, servicios públicos, tiempo de habitación, residencia permanente, personas que dependen económicamente, vehículo
3. Efectos económicos en el municipio; dividido en ocho ítems: -efectos en alimentación, -salud, -descanso, -vestuario, -seguros, -vehículo, -otros.
4. Que le llama la atención de vivir en Fusagasugá.

(Ver anexo 1). Formato de encuesta.

6.4 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Para el análisis de los resultados obtenidos con las técnicas de recolección de datos, se realizaron los siguientes procedimientos que permitieron examinar de manera detallada el objeto de la investigación:

- Clasificación de la información: se realizó la selección de los datos obtenidos en las encuestas.
- Registro: se plasmó la información ordenadamente en bases de datos para poder procesarla
- Tabulación: con las bases de datos se generaron tablas de frecuencias cruzadas, para poder realizar cada uno de los análisis.
- Gráficas: se representaron en forma gráfica los resultados claves de la investigación, permitiendo realizar análisis más profundos a los mismos.

7. Análisis de Resultados

7.1 Caracterización socio-económica

Se caracterizaron los individuos objeto de estudio, realizando una descripción cuantitativa, por estrato socio-económico, permitiendo conocer su entorno económico, social y de comportamiento frente al consumo de bienes y servicios.

Entendiendo “estrato como un grupo de viviendas o predios con características físicas o productivas similares. En ellos habitan personas con condiciones socioeconómicas comparables, obtenidas con la aplicación de una metodología de estratificación.”

(Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, Sf)

Según el DANE, se presenta una clasificación socioeconómica por estratos en el territorio nacional codificando las viviendas y/o los predios en 6, determinados así: 1. Bajo-bajo. 2. Bajo. 3. Medio-bajo. 4. Medio. 5. Medio-alto. y 6. Alto.

De éstos, los 1, 2 y 3 son considerados como estratos bajos que contienen a ciudadanos con menores recursos, los cuales son acreedores a subsidios en los servicios públicos domiciliarios; los individuos ubicados en predios calificados 5 y 6 corresponden a estratos altos, calificados como usuarios con mayores recursos económicos, los cuales deben contribuir sobre los servicios públicos domiciliarios mayores sobrecostos (contribución). En el estrato 4 no hay beneficiarios a subsidios, ni debe pagar sobrecostos, pagan exactamente el valor exacto en la prestación del servicio.” (Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, Sf)

Adicionalmente, se complementan los análisis con la observación estructurada.

Tabla 1
Resumen caracterización socio-económica vrs estrato

		<i>ESTRATO</i>					
		3 (Medio-bajo)		4 (Medio)		6 (Alto)	
<i>N=157</i>		63 (40%)		39 (25%)		55 (35%)	
<i>Procedencia</i>	Cundinamarca	35	Cundinamarca	19	Cundinamarca	22	
		22%		12%		14%	
<i>Género</i>	Hombre	43	Hombre	20	Mujer	28	
		27%		13%		18%	
<i>Escolaridad</i>	Secundaria	16	Pregrado	13	Postgrado	17	
		10%		8%		11%	
<i>Profesión</i>	Docente	14	Docente	18	Docente	17	
		9%		11%		11%	
<i>Entidad de pensión</i>	Colpensiones	35	FOMAG	15	Colpensiones	19	
		22%		10%		12%	
<i>Nivel de ingresos</i>	Hasta \$2 millones	33	Entre \$2 y \$4 millones	24	Entre \$2 y \$4 millones	28	
		21%		15%		18%	

Nota: Las frecuencias presentadas en cada variable son las de mayor valor en cada estrato. N equivale al total 157 encuestados de la muestra procesada

Fuente: Autores.

Para la realización del análisis de las variables, se relacionan en la Tabla 1 las frecuencias de mayor valor por cada estrato socio-económico. El estrato con mayor representación es el 3 (Medio-bajo) con el 40% de participación sobre la muestra, representados en 63 individuos, seguido de estrato 6 (Alto) 35% (55) y por último el 4 (Medio) con el 25% (39), cabe destacar que no se encontró en las encuestas aplicadas estratos 1, 2 y 5.

La procedencia que predomina en todos los estratos es Cundinamarca; sin embargo, se destaca el estrato Medio-bajo con 22% (35); Alto con 14% (22); y Medio con 12% (19).

El género con mayores respuestas es hombre en estrato Medio-bajo con un total de 27% (43), seguido de hombre en estrato Alto con 13% (20) y por último mujer en estrato Medio 18% (28).

El nivel de escolaridad alcanzado por los pensionados con mayor representación es postgrado en el estrato Alto con una representación del 11% (17); estrato Medio-bajo: secundaria 10% (16) y estrato Medio 8% (13).

La profesión con más respuestas en todos los estratos es docente, con mayor porcentaje en los estratos Medio y alto con el 11% (17/ 18) respectivamente.

La entidad administradora de la pensión que prevalece es Colpensiones en estrato Medio-bajo con el 22% (35) de participación y Alto con 12% (19) y por último El Fondo Nacional de Prestaciones Sociales del Magisterio FOMAG en estrato medio con 10% (15).

El rango promedio del nivel de ingresos predominante es Entre \$2 y \$4 millones en los estratos Medio y Alto, con una representación del 15% (24) y 18% (28), respectivamente. En estrato Medio-bajo Hasta \$2 millones con el 21% (33).

Se puede inferir la caracterización socio-económica de los pensionados de la Comuna Sur Occidental de Fusagasugá: lugar de procedencia Cundinamarca; género hombre; escolaridad postgrado; profesión docente; entidad que administra su pensión Colpensiones y nivel de ingresos entre \$2 y \$4 millones.

A continuación, se detallan los análisis para cada una de las variables que se consolidaron en la tabla 1.

Tabla 2
Procedencia vrs Estrato socio-económico

Procedencia	Valor Absoluto			Total general	Valor porcentual			Total general
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
Antioquia	2	3		5	1%	2%	0%	3%
Bolívar		1		1	0%	1%	0%	1%
Boyacá	7	5	6	18	4%	3%	4%	11%
Bogotá	10	6	11	27	6%	4%	7%	17%
Caldas	2			2	1%	0%	0%	1%
Casanare			1	1	0%	0%	1%	1%
Cundinamarca	35	19	22	76	22%	12%	14%	48%
Guajira			1	1	0%	0%	1%	1%
Huila			4	4	0%	0%	3%	3%
Magdalena			1	1	0%	0%	1%	1%
Meta		1		1	0%	1%	0%	1%
Nariño	1		1	2	1%	0%	1%	1%
Quindío			1	1	0%	0%	1%	1%
Santander	3	1	1	5	2%	1%	1%	3%
Sucre			1	1	0%	0%	1%	1%
Tolima	3	3	5	11	2%	2%	3%	7%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores.

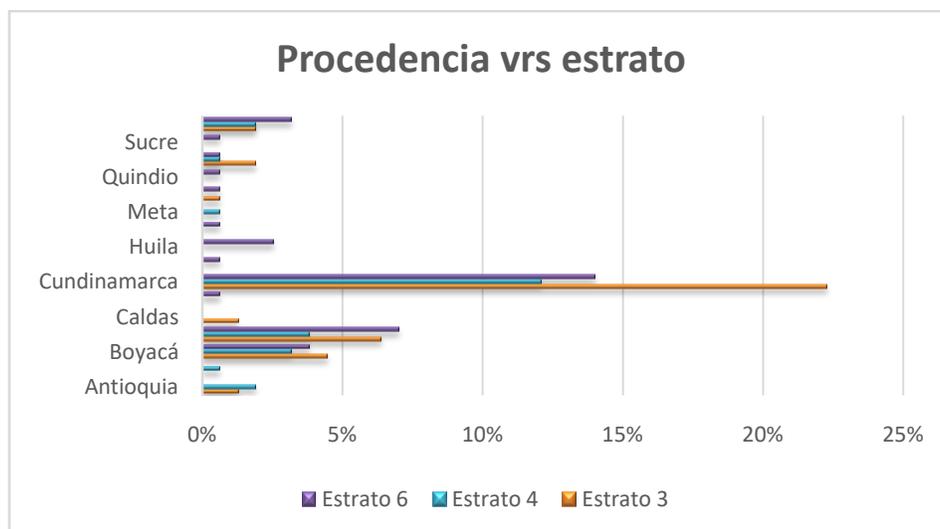


Figura 5. Procedencia vrs Estrato Socio-económico.
 Fuente: Autores

En la tabla 2 se observa el análisis de procedencia vs estrato socioeconómico, relacionando un mayor porcentaje que proceden de Cundinamarca con 76 respuestas (48%), de éstos 35 (22%) corresponden a estrato Medio-bajo; 22 (14%) estrato Alto y 19 (12%) estrato Medio. En segundo lugar, proceden de Bogotá con 27 (17%) afirmaciones de los estratos Alto con 11 (7%) encuestas; estrato Medio-bajo con 10(6%) y estrato Medio con 6 (4%). Como tercer reglón se encuentra la procedencia de los encuestados del departamento de Boyacá con un 11% representado en 18 personas, en los diferentes estratos.

Así mismo, se encuentran en menor proporción de participación de procedencia los departamentos de Antioquia, Bolívar, Caldas, Casanare, Guajira, Huila, Magdalena, Meta, Nariño, Quindío, Santander y Sucre con participación entre 3% y 1%.

Esto evidencia la ventaja competitiva del municipio con relación a la cercanía con la capital del país (59 km.) mencionado en el contexto geográfico.

Tabla 3
Género vs Estrato socio-económico

Género	Valor Absoluto				Valor porcentual			
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
Hombre	43	20	27	90	27%	13%	17%	57%
Mujer	20	19	28	67	13%	12%	18%	43%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

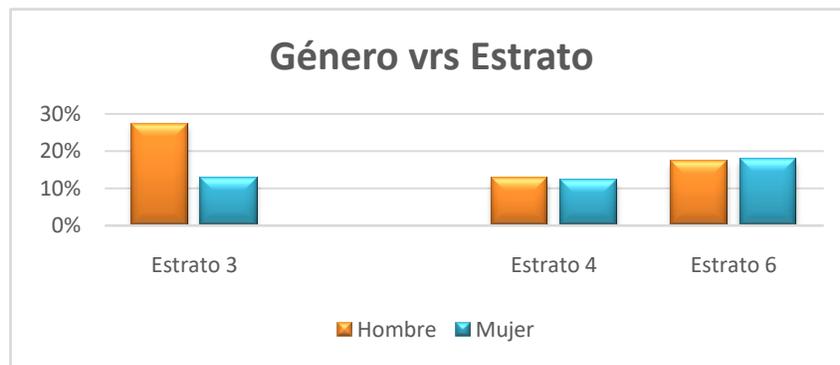


Figura 6. Género vrs Estrato Socio-económico.

Fuente: Autores

Para el análisis de género vrs estrato socioeconómico, se encuentra el 57% de los encuestados hombres representados en 90 pensionados, distribuidos en los estratos Medio-bajo con 27% (43), estrato Medio con 13% (20) y estrato Alto con 17% (27).

43% corresponden a mujeres, representadas en 67 respuestas: en el estrato Alto, 18% (20), Medio-bajo 13% (20) y Medio 12% (19).

Se infiere una representación muy equivalente de géneros en la muestra.

Tabla 4
Escolaridad vrs Estrato socio-económico

Escolaridad	Valor absoluto			Total general	Valor Porcentual			Totalgeneral
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
Ninguno	1	1		2	1%	1%	0%	1%
Primaria	14	4	7	25	9%	3%	4%	16%
Secundaria	16	8	8	32	10%	5%	5%	20%
Técnico / Tecnólogo	11	5	10	26	7%	3%	6%	17%
Pregrado	11	13	13	37	7%	8%	8%	24%
Postgrado	10	8	17	35	6%	5%	11%	22%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

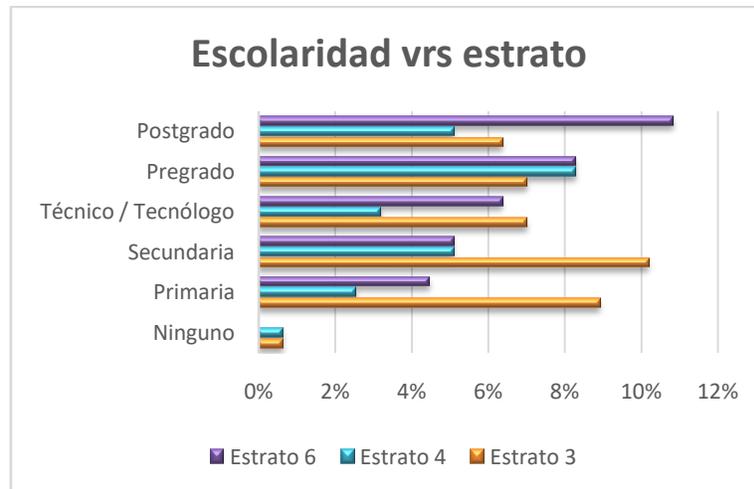


Figura 7. Escolaridad vrs Estrato Socio-económico.
Fuente: Autores

En la anterior tabla se resalta que de los pensionados encuestados el mayor número han alcanzado estudios de pregrado, correspondientes a un 24% (37), de estos en igual número 8% (13) se encuentran ubicados en estrato Medio y Alto, seguidos por aquellos presentes en estrato Medio-bajo con un 7% (11). De otra parte, el segundo reglón lo destacan los jubilados que cursaron estudios de postgrados con participación del 22% (35), entre ellos se presenta el mayor grupo de la muestra con un 11% (17), presentes en el estrato Alto; los otros grupos participan con un 10% (6), 8% (5) en estratos Medio-bajo y Medio respectivamente.

Los resultados de estas variables demuestran además que solo el 1% (2) encuestas, actualmente perciben ingresos por concepto de jubilación sin tener un mínimo nivel de escolaridad, en el estrato Medio-bajo y Medio.

Tabla 5
Entidad de pensión vrs Estrato socio-económico

Entidad de pensión	Valor absoluto			Total general	Valor porcentual			Total general
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
Casur Fuerzas Militares	2	2	2	6	1%	1%	1%	4%
CasurPonal	8			8	5%	0%	0%	5%
Colpensiones	35	12	19	66	22%	8%	12%	42%
FOMAG	10	15	12	37	6%	10%	8%	24%
Fondo privado	6	2	5	13	4%	1%	3%	8%
FOPEP		3	5	8	0%	2%	3%	5%
Otros Regímenes Especiales	2	5	12	19	1%	3%	8%	12%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

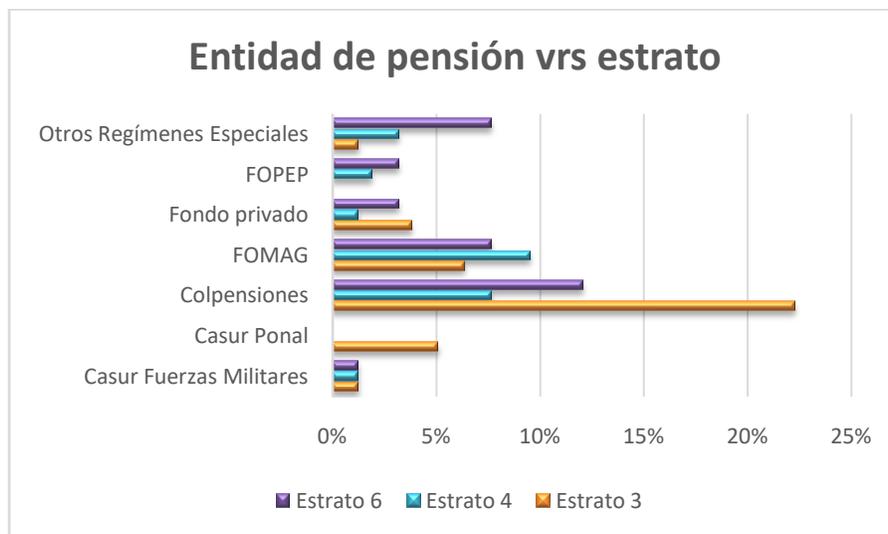


Figura 8. Entidad de pensión vrs Estrato Socio-económico.
Fuente: Autores

La población sujeta del estudio manifiesta en un 42% (66), que la entidad encargada de administrar sus pensiones es Colpensiones (Administradora Colombiana de pensiones Colpensiones), de este grupo de individuos el 22% (35) se encuentran en estrato Medio-Bajo; el 12% (19) en estrato Alto y el 8% (12) en Medio. En segunda instancia de importancia en el

manejo de las mesadas pensionales se presenta en FOMAG con un 24% (37) de los encuestados, de estos el 10% (15) están en estrato Medio, el 8% (12) en estrato Alto y el 6% (10) en Medio-Bajo.

Los resultados obtenidos de la Comuna Sur occidental y presentados en la tabla 5, son coincidentes en el comportamiento a nivel nacional del pequeño grupo de personas que actualmente se encuentra vinculados a Fondos Privados de Pensiones de los casi 2.3 millones de pensionados existentes en el país, para el caso estudiado solo representan el 8% (13) de la muestra.

Tabla 6
Nivel de ingresos vrs Estrato socio-económico

Nivel de ingresos	Valor Absoluto			Total general	Valor Porcentual			Total general
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
N/R			2	2	0%	0%	1%	1%
Hasta \$2,000,000	33	9	11	53	21%	6%	7%	34%
Entre \$2,000,001-\$4,000,000	26	24	28	78	17%	15%	18%	50%
Entre \$4,000,001-\$6,000,000	4	4	7	15	3%	3%	4%	10%
Entre \$6,000,001-\$8,000,000		2	5	7	0%	1%	3%	4%
Mayor a \$8,000,000			2	2	0%	0%	1%	1%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

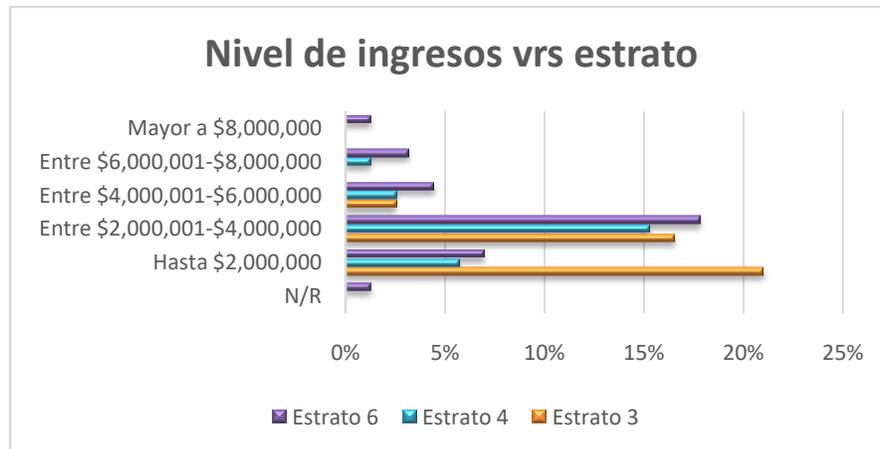


Figura 9. Nivel de ingresos vrs Estrato Socio-económico.
Fuente: Autores

Los ingresos del grupo poblacional presentados en la tabla 6 evidencian una concentración del 50% (78) respuestas, en el rango de \$2.000.001-\$4.000.000, donde el 18% (28) de ellos pertenecen al estrato Alto, el 17% (26) están en estrato Medio-Bajo y el 15% (24) en Medio. También se encuentra una alta representatividad en el rango comprendido hasta \$2.000.000, teniendo éste una participación del 34% (53) del total de la muestra, en el se destaca las personas ubicadas en el estrato Medio-bajo con 21% (33).

Otro aspecto demostrado, es que el 15% (24) de los encuestados superan los ingresos de \$4.000.001, es decir el 84%(131) reciben por concepto de mesada pensional hasta \$4.000.000; solo el 1% (2) de los individuos se abstuvo de dar respuesta a esta variable. Adicionalmente dentro de la población de la comuna solo el 1% (2) recibe ingresos mayores a \$8.000.000, e integra la población de estrato Alto.

Tabla 7
Actividad otros ingresos vrs Estrato socio-económico

Actividad otros ingresos	Valor absoluto			Total general	Valor porcentual			Total general
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
Ninguna	46	23	38	107	29%	15%	24%	68%
Arrendamientos	11	12	10	33	7%	8%	6%	21%
Negocio propio	5	1	5	11	3%	1%	3%	7%
Rentista de capital	1	2	2	5	1%	1%	1%	3%
Empleado		1		1	0%	1%	0%	1%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

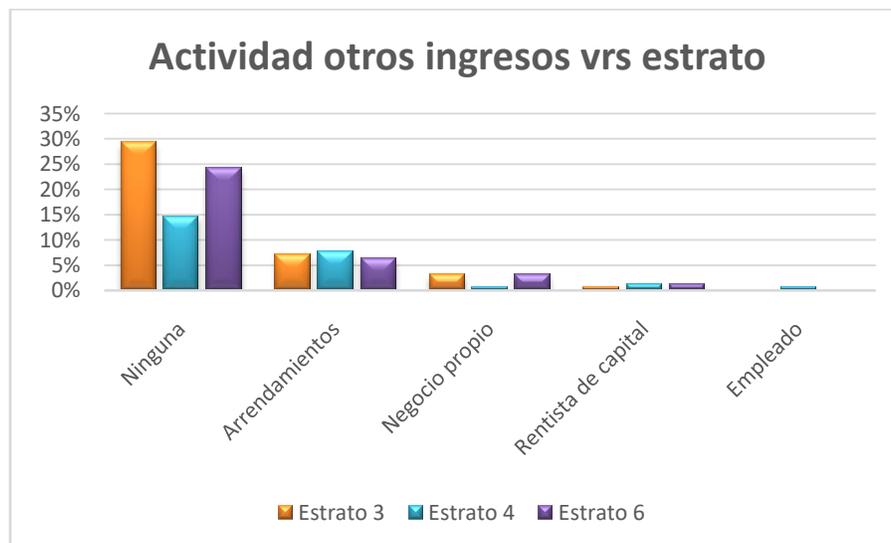


Figura 10. Actividad otros ingresos vrs Estrato Socio-económico.
Fuente: Autores

Según lo planteado por algunos teóricos en psicología como Irving Rosow, E. Cummings y W.E. Henry entre otros el condicionamiento de las personas jubiladas entra en la articulación con nuevos y diferentes escenarios promovidos por el grado de motivación individual. Lo presentado en la tabla anterior sugiere un apartamiento de las actividades laborales generadoras de ingresos adicionales a la pensión, tan solo el 1% (1) encuestados obtiene ingresos como empleado, y en oposición de esto el 68% (107) no realizan actividades adicionales en búsqueda de nuevos

ingresos, de estos el grupo con relevancia del 29% (46) pertenecen al estrato Medio-bajo, seguido en el estrato Alto con 24% (38) respuestas y 15% (23) en estrato Medio.

Significativamente el 21% (33) afirmaciones, tienen entradas económicas alternas por concepto de Arrendamientos y el 7% (11) manifiestan poseer negocios propios.

Lo observado en aspectos generales, determina para la muestra de jubilados que provienen de Cundinamarca y Bogotá D.C., tan solo el 8% de los mismos tiene como entidad administradora un Fondo Privado, el resto de los participantes están vinculados a la administración de Colpensiones o entidades adscritas al estado Colombiano. El nivel de escolaridad relevante es aquel cursado en pregrado, los ingresos del grupo mayoritario oscilan entre \$2 a \$4 millones, y obtenida la pensión no hay una actividad relevante por generar nuevos ingresos económicos.

7.2 Análisis de Necesidades

Para poder analizar el comportamiento de consumo de bienes y servicios de la población objeto de estudio, se toma la importancia de las necesidades en el desarrollo y comportamiento del individuo de Abraham Maslow, quien dentro de su Teoría de Motivación describe un rango piramidal de necesidades, el cual a medida que el individuo satisface cada nivel se da un ascenso jerárquico, cada superación se puede entender como una necesidad que no despierta más una motivación (Maslow, 1991).

A continuación, se detalla el análisis realizado teniendo en cuenta las variables determinadas en esta investigación.

7.2.1. Necesidades Fisiológicas

Tabla 8

Resumen necesidades fisiológicas vrs estrato

ESTRATO							
		Estrato 3 (Medio-bajo)		Estrato 4 (Medio)		Estrato 6 (Alto)	
Alimentación	Frecuencia consumo alimentos en restaurantes (veces en el mes)	0-5 veces	38 24%	0-5 veces	27 17%	0-5 veces	35 22%
	Sitio compra mercado de grano	Almacenes de cadena Fusagasugá	24 15%	Almacenes de cadena Fusagasugá / Tiendas de barrio	26 16%	Almacenes de cadena Fusagasugá	36 23%
	Sitio compra mercado de plaza	Tienda de barrio o mini-mercado	18 11%	Tienda de barrio o mini-mercado	19 12%	Plaza de mercado central	18 11%
	Rango de gasto	500.001 - 1.000.000	33 21%	500.001 - 1.000.000	22 14%	500.001 - 1.000.000	20 13%
	Calificación	4. Bueno	35 22%	4. Bueno	25 16%	4. Bueno	34 22%
	Vestido	Lugar de compra	Almacenes de ropa Fusagasugá	32 20%	Almacenes de ropa Bogotá	25 16%	Almacenes de ropa Bogotá
	Rango de gasto	500.001 - 1.000.000	33 21%	Hasta \$500.000	16 12%	Hasta \$500.000	20 13%
	Calificación satisfacción en Fusagasugá	Bueno	30 19%	Bueno	15 10%	Regular	22 14%

Nota: Las frecuencias presentadas en cada variable son las de mayor valor en cada estrato. N equivale al total 157 encuestados de la muestra procesada.

Fuente: Autores

Las necesidades fisiológicas se relacionan a los requerimientos vitales de los individuos, para el desarrollo del estudio se indagaron específicamente las variables alimentación y vestido, permitiendo evaluar el uso de restaurantes, centros de compra, rango de gasto y calificación del ítem en el municipio.

Al igual que en la primera tabla en donde se consolidan las respuestas para la caracterización socio-económica, en la tabla 8. Resumen necesidades fisiológicas vrs estrato, se relacionan las frecuencias de mayor valor por cada estrato socio-económico.

El número promedio de veces en el mes que consumen alimentos en restaurantes los pensionados de la comuna son de 0 a 5 veces para todos los estratos, con mayor representación en el estrato Medio-bajo con el 24% (38); seguido de estrato Alto 22% (35) y Medio 17% (27).

El sitio de compra del mercado de grano es en almacenes de cadena de Fusagasugá, sobresaliendo el estrato Alto con el 23% (36); seguido de estrato Medio 16% (26) con respuestas adicionalmente en tiendas de barrio.

El mercado de plaza con porcentajes de respuestas similares en cada nivel de estrato entre el 11% (18) y 12% (19); Tiendas de barrio o mini mercados para el estratos Medio / Medio bajo y plaza de mercado central estrato Alto, respectivamente.

El rango de gasto promedio común mensual para los alimentos en todos los estratos entre: \$500.001 - \$1.000.000, con mayor representación en el estrato Medio-bajo 21% (33). Y la calificación a este ítem es “Bueno”; con representaciones del 22% (35) en los estratos Medio-bajo / Alto y 16% (25) en el Medio.

Igualmente, se analizó el ítem vestido, en donde se evidencia que la compra de éstos se realiza con mayores respuestas en Almacenes de ropa Bogotá, para los estratos Medio 16% (25) y Alto 15% (23). Para el estrato Medio-bajo: Almacenes de ropa Fusagasugá 20% (32). El rango promedio de gasto anual que predomina es Hasta \$500.000, en los estratos Medio y Alto. Con

una representación del 12% (16) y 13% (20) respectivamente. El estrato Medio-bajo con mayores respuestas en el rango \$500.001 - \$1.000.000, correspondientes al 21% (37).

La calificación asignada con mayor porcentaje “Bueno” en los estratos Medio-bajo y Medio con el 19% (30) y 10% (15), respectivamente; mientras que para el estrato Alto “Regular” con el 14% representado en 22 respuestas.

A continuación, se detallan los análisis a cada variable vrs estrato socio-económico:

7.2.1.1 Alimentación.

Tabla 9

Frecuencia consumo alimentos en restaurantes vrs estrato (veces en el mes)

Frecuencia consumo alimentos en restaurantes	Valor absoluto			Total general	%			Total general
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
0-5 veces	38	27	35	100	24%	17%	22%	64%
6-10 veces	10	3	7	20	6%	2%	4%	13%
11-15 veces	8	2	3	13	5%	1%	2%	8%
16-20 veces	1	2	4	7	1%	1%	3%	4%
más de 20	6	5	6	17	4%	3%	4%	11%
Total	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

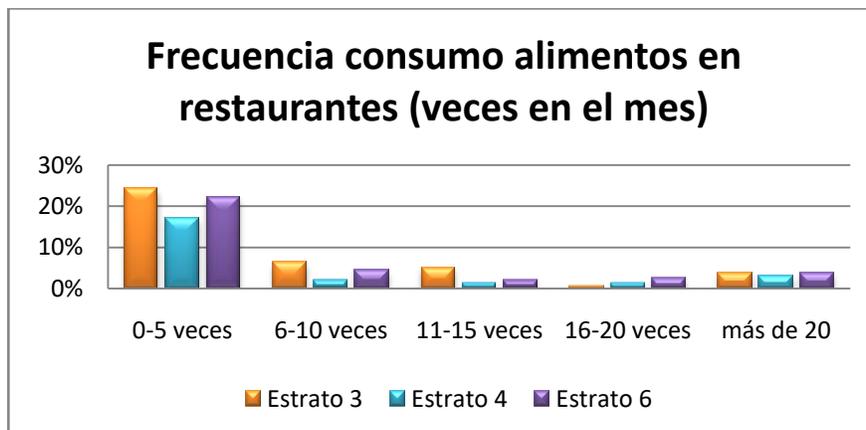


Figura 11. Frecuencia consumo alimentos en restaurantes (veces en el mes).

Fuente: Autores

Se analiza la frecuencia de consumo alimentos en restaurantes, en donde predomina el rango 0 a 5 veces en el mes, con un porcentaje total del 64% (100); de los cuales el 24% (38) corresponde a estrato Medio-bajo; 22% (27) estrato Alto y 17% (27) a estrato Medio.

En segundo lugar el rango de 6 a 10 veces en la semana con un 13% (20); representados en un mayor porcentaje en el estrato Medio-bajo con 6% (10). Luego más de 20 veces en el mes con 11% (17); con cantidades distribuidas en los diferentes estratos con porcentajes entre el 4% (6) y 3% (5).

Entre 1 y 15 veces en el mes el 8% (13), con mayores respuestas en el estrato Medio-bajo 5% (8). Y por último el rango 16 a 20 veces en el mes con el 4% (7), representadas en mayor cantidad en el estrato Alto 3% (4).

De acuerdo con las respuestas obtenidas, se puede determinar que los pensionados de la comuna en un mayor porcentaje de veces consumen sus alimentos preparados en casa, con rangos de frecuencia de visita a restaurantes predominantes entre 0 a 5 veces en el mes.

El estrato que con mayor frecuencia visita restaurantes es el estrato Medio-bajo con 25 (16%) respuestas entre 6 y más de 20 veces en el mes y el estrato con menos frecuencia el Medio con el 8% (12). El estrato Alto presenta 20 (13%) respuestas en este rango.

Teniendo en cuenta los resultados en las tablas 10 y 11 se analizan lugar de compra de mercado de grano y plaza para la elaboración de alimentos:

Tabla 10
Sitio compra mercado de grano

Compra mercado de grano	Valor Absoluto				%			
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
Almacenes de cadena Fusagasugá	24	9	36	69	15%	6%	23%	44%
Almacenes de cadena Fusagasugá, Almacenes de cadena otras ciudades		1		1	0%	1%	0%	1%
Almacenes de cadena Fusagasugá, Tiendas de barrio	23	13	10	46	15%	8%	6%	29%
Almacenes de cadena otras ciudades		2	1	3	0%	1%	1%	2%
Tiendas de barrio	15	13	8	36	10%	8%	5%	23%
Tiendas de barrio, Almacenes de cadena otras ciudades	1	1		2	1%	1%	0%	1%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

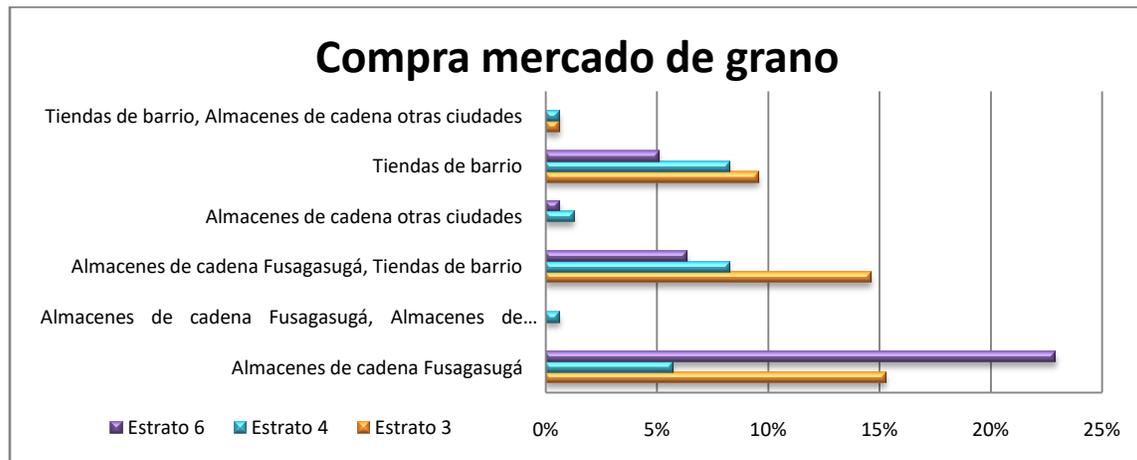


Figura 12. Compra mercado de grano.

Fuente: Autores

Para el presente estudio se determina el concepto mercado de grano en la jerga popular los suministros correspondientes a granos (arroz, lentejas, fríjoles, garbanzos, entre otros), aceites, conservas, harinas, café, chocolate, panela, condimentos, sal, azúcar, salsas, productos de panadería, productos de aseo, etc.

Se observa que las compras de estos víveres se realizan en un mayor porcentaje en los almacenes de cadena de Fusagasugá, con una participación del 44% correspondiente a 69 respuestas. Éstas se representan en el estrato Alto con un 23% (36); Medio-bajo 15% (24) y Medio 6% (9).

Le siguen quienes compran en Almacenes de cadena Fusagasugá y Tiendas de barrio con 29% (46); ubicados principalmente en el estrato Medio-bajo 15% (23), Medio 8% (13) y Alto 6% (10).

Compras en tiendas de barrio el 23% (36); distribuidos en estrato Medio-bajo con 10% (15), Medio 8% (13) y Alto 5% (8).

Con porcentajes mínimos se incluyen respuestas en donde mencionan compras en otras ciudades.

Es importante resaltar el papel de las tiendas de barrio que se encuentran en diferentes respuestas, para un porcentaje total del 17%.

Tabla 11
Sitio compra mercado de plaza

Lugar de compra mercado de plaza	Valor absoluto				%			
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
Tienda de barrio o mini mercado	18	19	12	49	11%	12%	8%	31%
Plaza de mercado central	9	1	18	28	6%	1%	11%	18%
Plaza de mercado central, Tienda de barrio o mini mercado	9	5	6	20	6%	3%	4%	13%
Almacén de cadena, Tienda de barrio o mini mercado	12	4	3	19	8%	3%	2%	12%
Almacén de cadena	6	3	6	15	4%	2%	4%	10%
Otros	9	7	10	26	6%	4%	6%	17%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

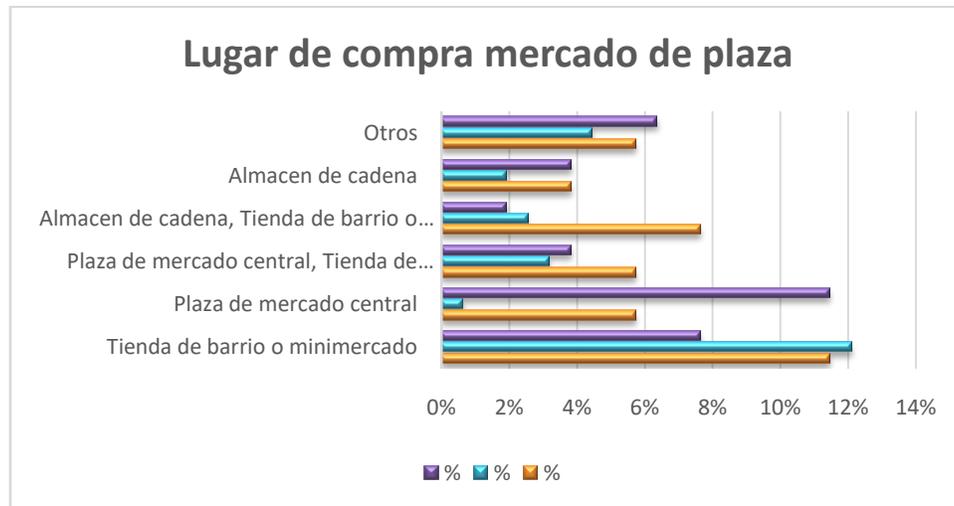


Figura 13. Compra mercado de plaza.
Fuente: Autores

El mercado de plaza se refiere a la compra de vegetales, frutas, tubérculos, lácteos, huevos y cárnicos frescos.

El 31% (49) de los pensionados responden a realizar las compras de este ítem en tiendas de barrio o mini-mercados; de éstos el mayor porcentaje se concentra en el estrato Medio 12% (19), seguido de Medio-bajo 11% (18).

En este orden la Plaza de mercado central se encuentra en segundo lugar con un 18% (28). En el estrato Alto con 11% (18) y Medio-bajo 6% (9).

13% (20) distribuyen sus compras entre la Plaza de mercado central, Tienda de barrio o mini mercado. Ubicados en el estrato Medio-bajo 6% (9), Alto 4% (6) y Medio 3% (5)

12% (19) en almacenes de cadena, Tienda de barrio o mini mercado. Representados en el estrato Medio-bajo con 8% (12), Medio 3% (4) y Alto 2% (3).

10% (15) realizan sus compras solo en almacenes de cadena; éstos distribuidos con 4% (6) en el estrato Alto y Medio-bajo cada uno y 4% (7) estrato Medio.

Y en menores porcentajes con un total del 17% (26) realizan sus compras distribuidas en todas las posibilidades que les brinda la ciudad.

Tabla 12

Rango de gasto promedio mensual

Rango promedio de gasto	Valor absoluto				Valor porcentual			
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
1. Hasta \$500.000	16	8	13	37	10%	5%	8%	24%
2. 500.001 - 1.000.000	33	22	20	75	21%	14%	13%	48%
3. 1.000.001 - 1.500.000	7	8	12	27	4%	5%	8%	17%
4. 1.500.001 - 2.000.000	7	1	4	12	4%	1%	3%	8%
5. 2.000.001 - 2.500.000			4	4	0%	0%	3%	3%
6. 2.500.001 - 3.000.000			2	2	0%	0%	1%	1%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

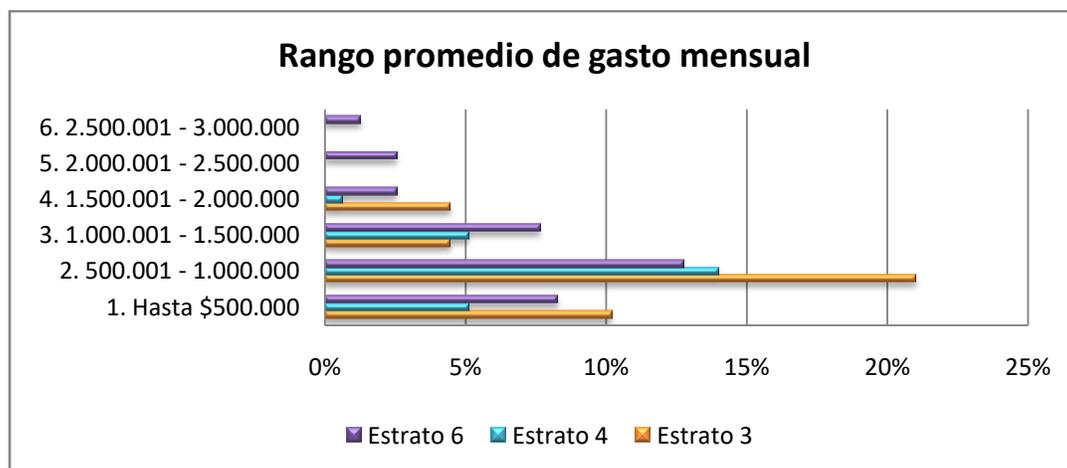


Figura 14. Rango promedio de gasto.

Fuente: Autores

La mayor representación de gasto promedio mensual se obtuvo en el rango \$500.001 - \$1.000.000 en todos los estratos 48% (75): estrato Medio-bajo 21% (33); Medio 14% (22) y Alto 13% (20). Le sigue hasta \$500.000 con el 24% (37): estrato Medio-bajo 10% (16), Alto 8% (13) y Medio 5% (8).

El rango entre \$1.000.001 y \$1.500.000, 17% (27); en el estrato Alto con 8% que corresponden a 12 respuestas; Medio 5% (8) y Medio-bajo 4% (7).

Igualmente, con el 8% (12), representaciones de gasto más alto, entre \$1.500.001 - \$2.000.000, ubicados en el estrato Medio-bajo 4% (7); Alto 3% (4) y Medio 1% (1).

Para rangos entre \$2.000.001 y \$3.000.000 un porcentaje total de 4% (6) en el estrato Alto.

Tabla 13
Calificación variable alimentación

Calificación	Valor absoluto			Total general	%			Total general
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
1. Muy malo	1	1		2	1%	1%	0%	1%
2. Malo		2		2	0%	1%	0%	1%
3. Regular	12	8	13	33	8%	5%	8%	21%
4. Bueno	35	25	34	94	22%	16%	22%	60%
5. Excelente	15	3	8	26	10%	2%	5%	17%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

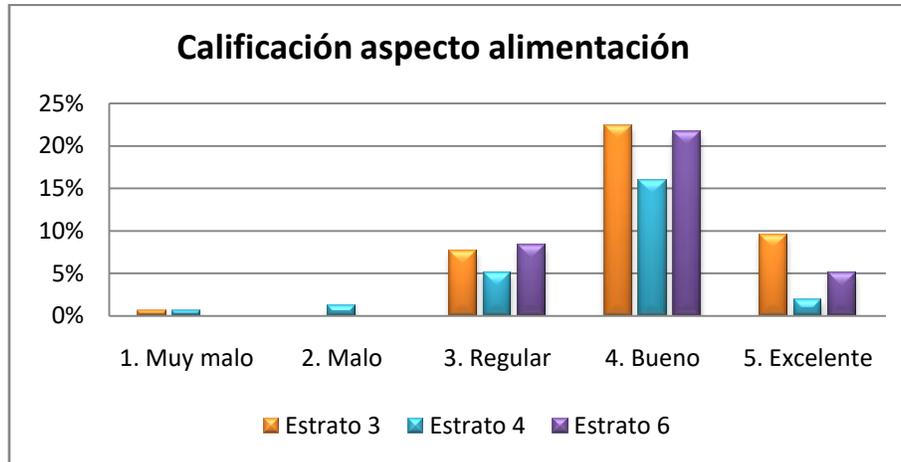


Figura 15. Calificación aspecto alimentación.
Fuente: Autores

La calificación asignada por los encuestados a este ítem, que incluye el servicio de restaurantes, y los almacenes en donde se compran todos los víveres para la preparación de

alimentos en Fusagasugá, con una mayor representación es “Bueno” con el 60% (94), asignada por los estratos Alto y Medio-bajo con el 22% (35) cada uno y 16% (25) Medio.

Sigue “Regular” con el 21% (33); 8% (13) en los estratos Alto y Medio-bajo cada uno y 5% (8) Medio.

17% (26) califican este ítem con “Excelente”; 10% (15) Medio-bajo, 5% (8) Alto y 2% (3) Medio.

Se deduce que los pensionados de la comuna realizan sus compras de insumos para el consumo de sus alimentos principalmente en tiendas de barrio y supermercados de Fusagasugá, adicionalmente el rango de gasto promedio mensuales de \$500.001 -\$1.000.000 y califican este ítem en la ciudad como “Bueno”.

7.2.1.2 Vestuario.

En las necesidades fisiológicas o básicas se encuentra la necesidad de mantener la temperatura corporal, en un ambiente cálido o con vestimenta (Maslow, 1991), en este apartado se analiza el lugar de compra, rango de gasto y calificación dada la satisfacción de esta variable para la población estudiada.

Tabla 14
Lugar de compra vestuario

Lugar de compra	Valor absoluto				%			
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
Almacenes de ropa Bogotá	16	25	23	64	10%	16%	15%	41%
Almacenes de ropa Bogotá, Otra ciudad			2	2	0%	0%	1%	1%
Almacenes de ropa Fusagasugá	32	11	12	55	20%	7%	8%	35%
Almacenes de ropa Fusagasugá, Almacenes de ropa Bogotá	13	3	17	33	8%	2%	11%	21%
Almacenes de ropa Fusagasugá, Almacenes de ropa Bogotá, Otra ciudad	1			1	1%	0%	0%	1%
Otra ciudad	1		1	2	1%	0%	1%	1%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

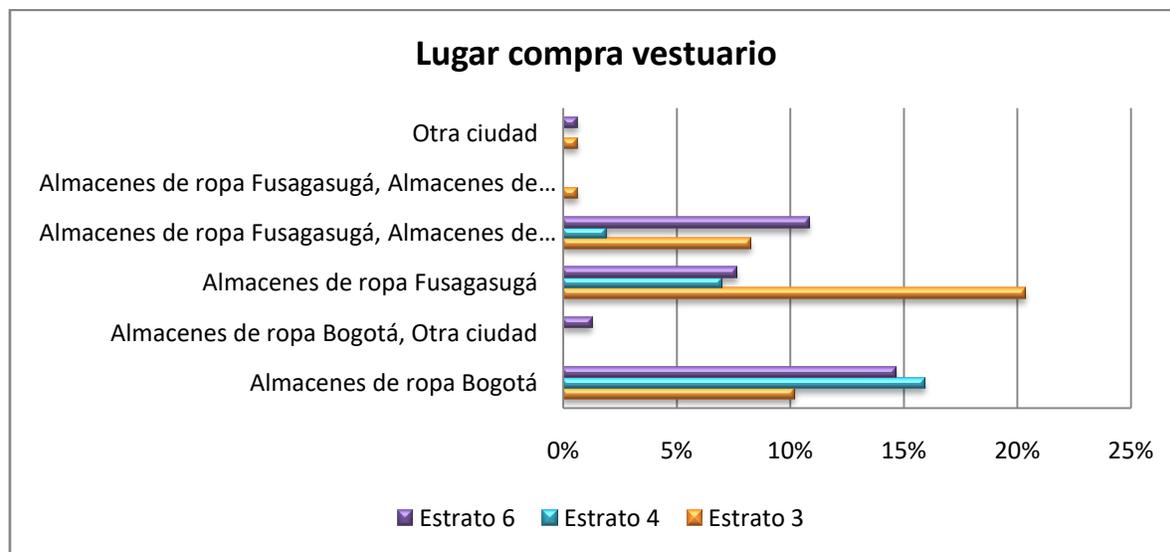


Figura 16. Lugar de compra vestuario.

Fuente: Autores

El lugar de compra preferido para comprar su vestuario es almacenes de ropa en Bogotá con una representación total del 41% (64), representados en 16% (25) estrato Medio, 15% (23) Alto y 10% (16) Medio-bajo.

Almacenes de ropa en Fusagasugá con una participación del 35% (55); en los estratos: Medio-bajo 20% (32); Alto 8% (12) y Medio 7% (11).

Distribuyen sus compras en almacenes de Bogotá y Fusagasugá el 21% (33), estrato Alto 11% (17); Medio-bajo 8% (13) y Medio 2% (3).

Tabla 15
Rango de gasto promedio anual vestuario

Rango de gasto	Valor absoluto			%				
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
1. Hasta \$500.000	19	16	20	55	12%	10%	13%	35%
2. 500.001 - 1.000.000	33	14	9	56	21%	9%	6%	36%
3. 1.000.001 - 1.500.000	8	4	17	29	5%	3%	11%	18%
4. 1.500.001 - 2.000.000	2	3	5	10	1%	2%	3%	6%
5. 2.000.001 - 2.500.000	1		2	3	1%	0%	1%	2%
6. 2.500.001 - 3.000.000		2	1	3	0%	1%	1%	2%
7. Mayor a 3.000.000			1	1	0%	0%	1%	1%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

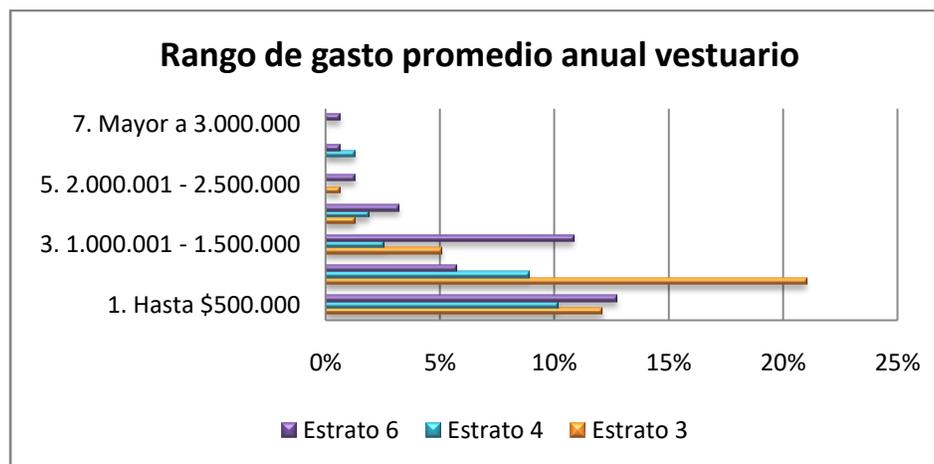


Figura 17. Rango de gasto.

Fuente: Autores

El rango de gasto anual con mayores respuestas que invierten los pensionados de la comuna para esta variable es \$500.001 - \$1.000.000 con una participación del 36% (56), en el estrato Medio-bajo 21% (33); Medio 9% (14) y Alto 6% (9). Seguido con tan solo 1 punto de diferencia el rango hasta \$500.000: estrato Medio-bajo 12% (19); Alto 13% (9) y Medio 10% (16).

Con 18% (29) rango \$1.000.001 - \$1.500.000: estrato Alto 11% (17); Medio-bajo 5% (8) y Medio 3% (4).

En el rango \$1.500.001 - \$2.000.000 una representación del 6% (10): estrato Alto 3% (5); Medio 2% (3) y Medio-bajo 1% (2).

Para valores superiores a \$2.000.000 el 5% (7), incorporado en mayor cantidad en el estrato Alto.

Se deduce que el estrato que más invierte en vestuario es el estrato Alto.

Tabla 16
Calificación satisfacción en Fusagasugá vestuario

Calificación	Valor absoluto				%			
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
1. Muy malo	2	4	4	10	1%	3%	3%	6%
2. Malo	3	6	5	14	2%	4%	3%	9%
3. Regular	24	13	22	59	15%	8%	14%	38%
4. Bueno	30	15	21	66	19%	10%	13%	42%
5. Excelente	4	1	3	8	3%	1%	2%	5%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

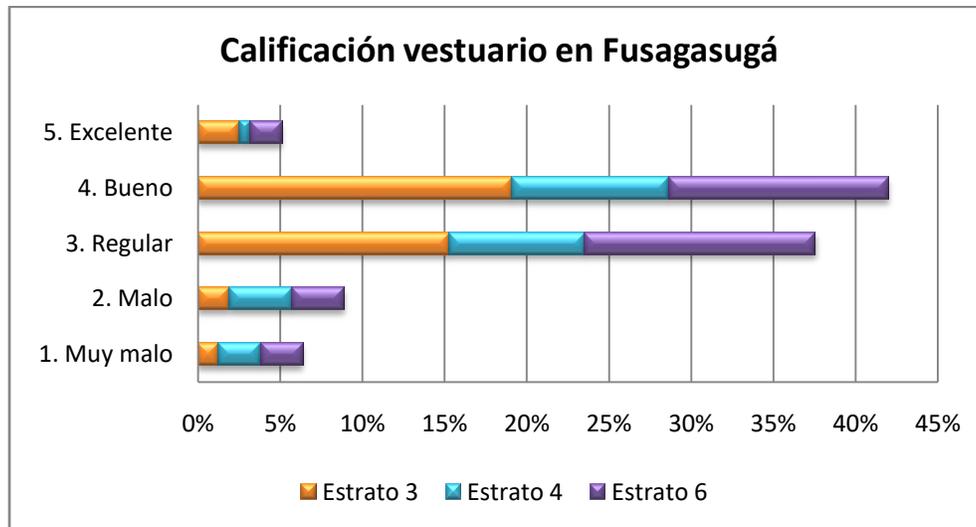


Figura 18. Calificación de condiciones, instalaciones, productos en vestuario.
Fuente: Autores

La calificación otorgada dado el grado de satisfacción percibida para los almacenes de vestuario en la ciudad de Fusagasugá con mayores respuestas es “Bueno” con 42% (66), dispuestas por estrato Medio-bajo con 19% (30); Alto 13% (21) y Medio 10% (15).

Con el 38% (59) “Regular” califican: 15% (24) Medio-bajo; Alto 14% (22) y Medio 8% (13).

Como “Malo” es calificado en un 9% (14), otorgadas Medio 4% (6); Alto 3% (5) y Medio-bajo 2% (3).

“Muy malo” asignada por el 6% (10), distribuido en todos los estratos y “Excelente” 5% (8) principalmente determinado en el estrato Medio-bajo 3% (4).

Dado los anteriores análisis, se concluye que, para la muestra, un mayor porcentaje compra su vestuario en almacenes de ropa ubicados en Bogotá; rango promedio de gasto anual \$500.001 - \$1.000.000; calificación designada “Bueno”.

7.2.2 Necesidades de Seguridad.

Tabla 17
Resumen necesidades seguridad vrs estrato

ESTRATO		Estrato 3 (Medio-bajo)		Estrato 4 (Medio)		Estrato 6 (Alto)	
N=157							
SALUD	Ubicación principal centro de asistencia	Fusagasugá	59 38%	Fusagasugá	30 19%	Fusagasugá	36 23%
	Entidad Promotora de Salud EPS	Nueva EPS	14 9%	Servisalud	16 10%	Servisalud	15 10%
	Tiene servicios de salud pre pagada	No	57 36%	No	28 18%	No	45 29%
	Rango de gasto	Hasta \$500.000	39 25%	Hasta \$500.000	23 15%	Hasta \$500.000	27 17%
	Calificación satisfacción en Fusagasugá	Aceptable	28 18%	Bueno	15 10%	Aceptable	25 16%
	Vivienda	Totalmente pagada	53 34%	Totalmente pagada	31 20%	Totalmente pagada	41 26%
	Tipo de vivienda	Conjunto cerrado	41 26%	Conjunto cerrado	20 13%	Conjunto cerrado	55 35%
	Años en la vivienda	Entre 1 y 5 años	29 18%	Entre 6 y 10 años	15 13%	Entre 1 y 5 años	44 28%
	Metros cuadrados vivienda	51 a 100 mts cuadrados	32 20%	Más de 150 mts cuadrados	25 16%	Más de 150 mts cuadrados	54 34%
	VIVIENDA	Servicios comunitarios	Piscina, Salón social, Parque infantil, Parque Bio-saludable, Polideportivo, BBQ, Zonas verdes, Transporte urbano cercano	29 18%	Salón social, Parque infantil, Parque Bio-saludable, Polideportivo, Zonas verdes, Transporte urbano cercano	12 8%	Piscina, Salón social, Parque infantil, Polideportivo, BBQ, Zonas verdes, Transporte urbano cercano
Servicios públicos		E. eléct, Gas nat., Servicios triple A, Teléfono, Internet, TV cable	25 16%	E. eléct, Gas nat., Servicios triple A, Teléfono, Internet, TV cable	20 13%	E. eléct, Gas nat., Servicios triple A, Teléfono, Internet, TV cable	37 24%
Residencia permanente en Fusagasugá		SI	60 38%	SI	34 22%	SI	49 31%
Cantidad de personas convive		1 / 2 personas	34 22%	2 personal	14 9%	2 personal	20 13%
	Cantidad de personas dependen económicamente	Ninguna	24 15%	Ninguna	20 13%	Ninguna	23 15%

Nota: Las frecuencias presentadas en cada variable son las de mayor valor en cada estrato. N equivale al total 157 encuestados de la muestra procesada

Fuente: Autores

“Las necesidades de seguridad son las relacionadas con la protección material y emocional de las personas, entre ellos la estabilidad, dependencia, ausencia de miedo, ansiedad, estructuran de orden, ley y límites entre los principales” (Maslow, 1991).

En la tabla 17. Resumen necesidades de seguridad vrs estrato se consolidan las frecuencias de mayor valor por cada estrato socio-económico. Determinando por estrato la cobertura de éstas; para el desarrollo del presente trabajo se seleccionan salud y vivienda.

En el compendio de salud se determina que la ubicación principal de centro de salud para todos los estratos es Fusagasugá, con una mayor participación en el estrato Medio-bajo 38% (59), seguido del Alto 23% (36) y Medio 19% (30). De igual manera se determina que la Entidad Promotora de Salud EPS, con más respuestas es Servisalud; distribuidos en estrato Alto y Medio con el 10% (16), cada una y Medio-bajo Nueva EPS 9% (14).

En general no responden a contar con servicios de salud pre-pagada: 36% (57) estrato Medio-Bajo; 29% (45) Alto y 28% (18) Medio. El rango de gasto para este ítem es hasta \$500.000 en todos los estratos: estrato Medio-bajo 25% (39); Alto 17% (27) y Medio 15% (23). La calificación con mayores porcentajes es “Aceptable” en los estratos Medio-bajo 18% (28) y Alto 16% (25); para el Medio “Bueno” 10% (15).

7.2.2.1 Salud

Tabla 18

Ubicación principal centro de asistencia

Ubicación centro de asistencia salud	Valor absoluto			Total general	%			Total general
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
Bogotá	4	9	18	31	3%	6%	11%	20%
Fusagasugá	59	30	36	125	38%	19%	23%	80%
Tolemaida			1	1	0%	0%	1%	1%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

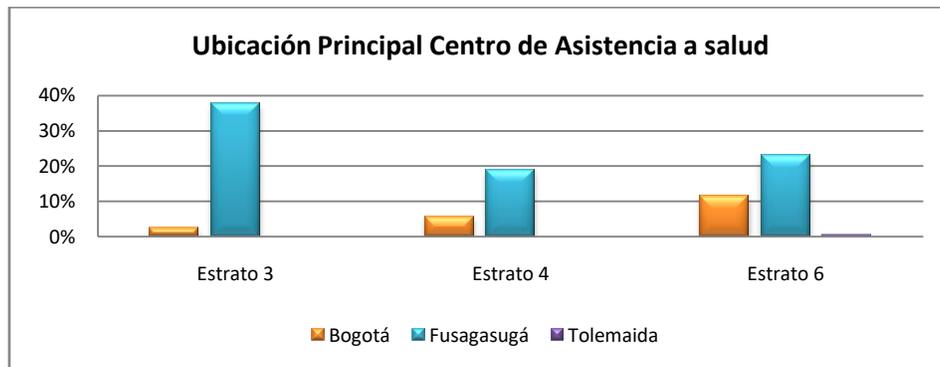


Figura 19. Ubicación centro principal de atención en salud.

Fuente: Autores

La cobertura en salud es primordial para llevar una vida tranquila, considerada por Maslow en la escala de necesidades de seguridad y protección, en el presente apartado se analizan las respuestas derivadas del instrumento que pretende indagar la satisfacción de los encuestados frente a esta variable.

Frente a la ubicación principal del centro de asistencia en salud, el 80% (125) responden Fusagasugá, distribuidos en el estrato Medio-bajo 38% (59); Alto 23% (36) y Medio 19% (30).

20% (31) sitúan el centro de asistencia médica en Bogotá, distribuidos en el estrato Alto 11% (18); Medio 6% (9) y Medio-bajo 3% (4). Solo 1% (1) en la ciudad de Tolemaida del estrato Alto.

Tabla 19
Entidad Promotora de Salud EPS

EPS	Valor absoluto				%			
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
Servisalud	10	16	15	41	6%	10%	10%	26%
Sanitas	10	7	9	26	6%	4%	6%	17%
Compensar	10	2	10	22	6%	1%	6%	14%
Nueva EPS	14	4	4	22	9%	3%	3%	14%
Famisanar	10	5	6	21	6%	3%	4%	13%
Sanidad PONAL	6		2	8	4%	0%	1%	5%
Sanidad Militar	2	2	2	6	1%	1%	1%	4%
Salud Total			4	4	0%	0%	3%	3%
Otros	1	3	3	7	1%	2%	2%	4%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

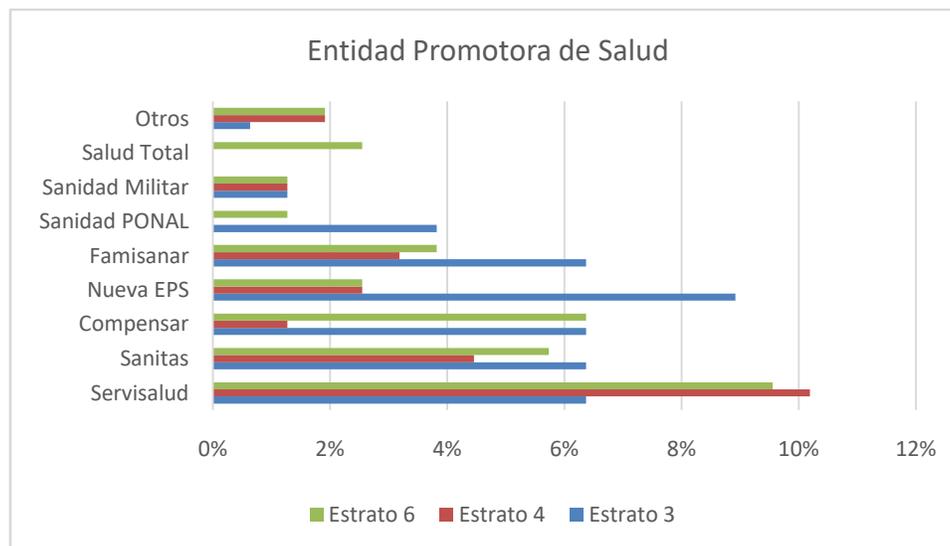


Figura 20. EPS Entidad Promotora de Salud adscrito.

Fuente: Autores

La entidad promotora de salud EPS que atiende al mayor porcentaje de la muestra en la comuna es Servisalud, con una participación del 26% (41), distribuidas en todos los estratos: Alto y Medio 10% (16) cada uno y Medio-bajo 6% (10). Le sigue Sanitas con un porcentaje de 17% (26), estrato Alto y Medio-bajo 6% (10), respectivamente; y Medio 4% (7). En una misma

posición Compensar y Nueva EPS 14% (22); con un punto menos Famisanar 13% (20) y en menores porcentajes Sanidad PONAL 5% (8); Sanidad Militar 4% (6); Salud Total 3% (4) y Otros 9% (11).

Tabla 20
Servicios complementarios de salud pre pagados

Servicios complementarios de salud	Valor absoluto				%			
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
No	57	28	45	130	36%	18%	29%	83%
Si	6	11	10	27	4%	7%	6%	17%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

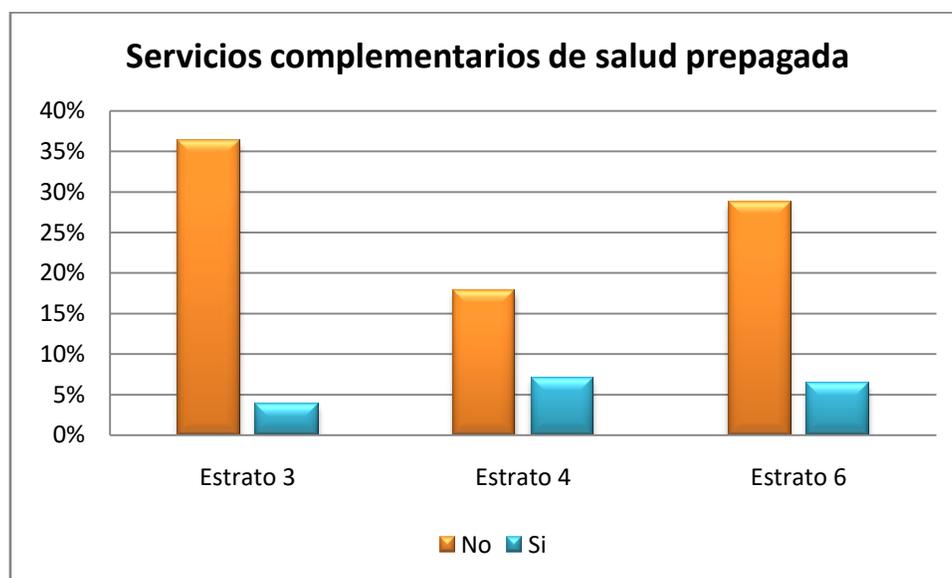


Figura 21. Servicios complementarios de salud.
Fuente: Autores

Frente a servicios complementarios con pagos a salud pre pagada, solamente el 17% (27) respondieron hacerlo; de éstos el 59% (16) en Bogotá; 22% (9) con el servicio en Fusagasugá y 19% (6) en Fusagasugá y Bogotá.

Los estratos que toman estos servicios son Medio 7% (11); Alto 6% (10) y Medio-bajo 4%

(6).

Tabla 21
Rango de gasto promedio en servicios de Salud

Rango promedio de gasto	Valor absoluto			%				
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
1. Hasta \$500.000	39	23	27	89	25%	15%	17%	57%
2. 500.001 - 1.000.000	18	12	19	49	11%	8%	12%	31%
3. 1.000.001- 1.500.000	6	3	1	10	4%	2%	1%	6%
4. 1.500.001 - 2.000.000			3	3	0%	0%	2%	2%
5. 2.000.001 - 2.500.000			3	3	0%	0%	2%	2%
6. 2.500.001 - 3.000.000		1	1	2	0%	1%	1%	1%
Mayor a 3.000.001			1	1	0%	0%	1%	1%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

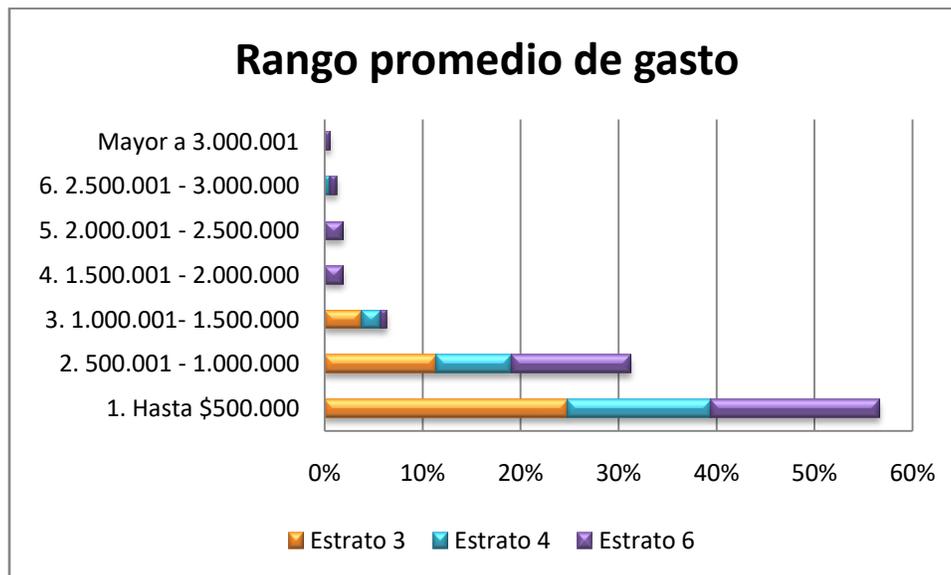


Figura 22. Rango promedio de gasto en servicios de salud.

Fuente: Autores

El rango de gasto incurrido para cubrir las necesidades de salud con mayor coincidencia de la muestra, es Hasta \$500.000, con el 57% (89) encuestas, siendo en el estrato Medio-bajo con un 25% (39) el de mayor importancia, seguidamente por 17% (27) en estrato Alto y finalmente un

15% (23) en Medio. Otro rango de interés es el comprendido entre \$500.001 y \$1.000.000 con una participación del 31% (49), donde los estratos que más realizan el gasto son con un 12% (19) respuestas en estrato Alto, Medio-bajo 11% (18) y Medio con 8% (12). Solo un 1% (1) incurre en gastos de salud en promedio superior a \$2.500.000.

Tabla 22
Calificación satisfacción de servicios de salud en Fusagasugá

Calificación	Valor absoluto			Total general	%			Total general
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
1. Muy malo	1		2	3	1%	0%	1%	2%
2. Malo	5	7	6	18	3%	4%	4%	11%
3. Regular	28	14	25	67	18%	9%	16%	43%
4. Bueno	23	15	18	56	15%	10%	11%	36%
5. Excelente	6	3	4	13	4%	2%	3%	8%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

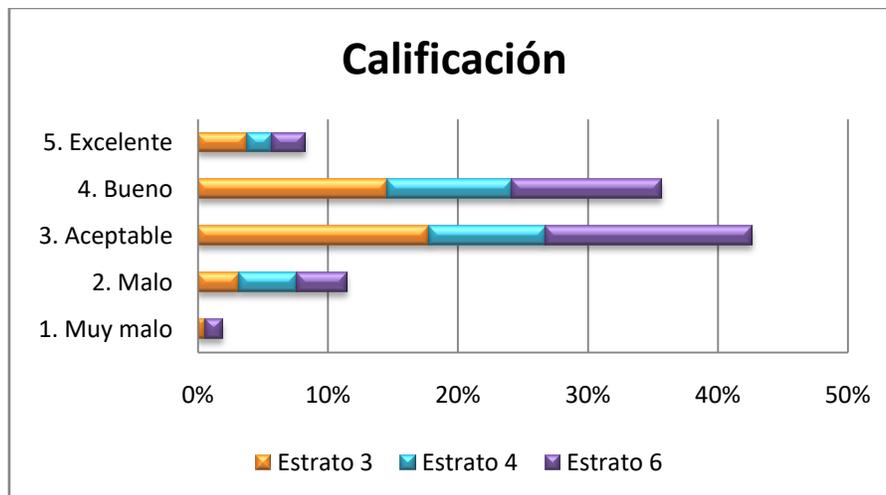


Figura 23. Calificación de satisfacción en servicios de Salud.
Fuente: Autores

La percepción que tiene el grupo poblacional objeto de estudio sobre el servicios prestados en los diferentes centros y entidades prestadores de Salud del municipio de Fusagasugá, es de una valoración de “Aceptable” con 43% (67) respuestas, siendo el 18% (28) respuestas

pertenecientes al estrato Medio-bajo, el 16% (25) al estrato Alto y en última posición de 9% (14) en estrato Medio.

La calificación con segundo nivel de importancia expresado por los entrevistados fue determinada como “Buena” con un resultado del 36% (56) respuestas, donde 15% (23) encuestas hacen parte del estrato Medio-bajo, 11% (18) resultados en estrato Alto y 10% (15) en estrato Medio. En la categoría de Malo y Muy malo se obtienen datos del 11%(18) y 2(3) respuestas respectivamente.

7.2.2.2 Vivienda

Tabla 23
Tipo de Propiedad de Vivienda

Propiedad	Valor absoluto				Valor porcentual			
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
Arrendada	4	7	1	12	3%	4%	1%	8%
Familiar	5	1	5	11	3%	1%	3%	7%
Propia totalmente pagada	53	31	41	125	34%	20%	26%	80%
Propia y la está pagando	1		8	9	1%	0%	5%	6%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

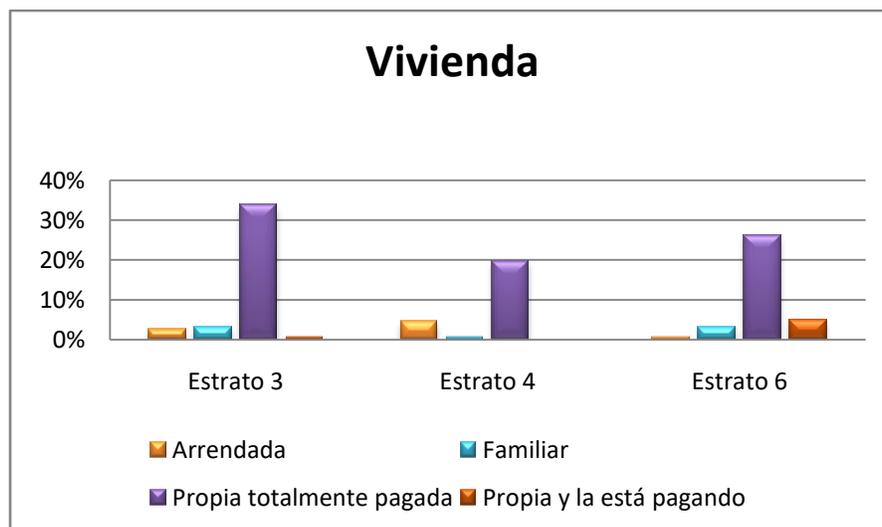


Figura 24. Vivienda
Fuente: Autores

Una de las necesidades y aspiraciones predominantes en general de la población colombiana es tener vivienda, por todos aquellos beneficios que esta trae consigo, no solo para quien la adquiere (compra, arrienda, o paga a crédito etc.), sino para todos aquellos que hacen parte de los núcleos familiares y aún más, cuando se llega a edades mayores. En el estudio realizado en la Comuna Sur occidental de Fusagasugá se evidencia la satisfacción de esta variable en un 80% (125) de los encuestados, de estos el 34% (53) están ubicados en estrato Medio-bajo, el 26% (41) respuestas, están domiciliados en estrato Alto, y el 20% (31) en estrato medio.

Es importante resaltar que 6% (9) de los jubilados, se encuentran actualmente pagando el predio de residencia, estando un 5% (8) habitando en estrato Alto.

En arriendo se determina la habitacionalidad del 8% (12) de la muestra, de los cuales el 4% (7) están en estrato Medio.

Tabla 24
Tipo de vivienda

Tipo de vivienda	Valor absoluto				Valor porcentual			
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
Apartamento	1	1		2	1%	1%	0%	1%
Casa en conjunto cerrado	41	20	55	116	26%	13%	35%	74%
Casa fuera de conjunto	21	18		39	13%	11%	0%	25%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

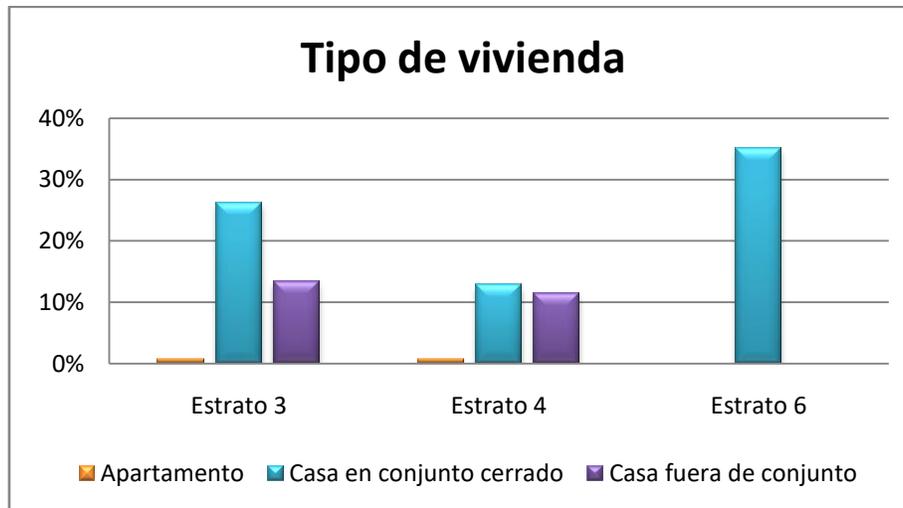


Figura 25. Tipo de vivienda
Fuente: Autores

En consecuencia de lo descrito en la tabla 23 donde un gran número de los jubilados posee vivienda propia o en consecuencia habita inmuebles familiares, es imprescindible precisar algunos aspectos en seguridad que prevalecen para ellos, como el tipo de vivienda, que para este estudio se presenta las casas en conjunto cerrado con una favorabilidad del 74% (116) respuestas, de ellos 35% (55) viven en estrato Alto, un 26% (41) se han establecido en estrato Medio-bajo y 13 (20) en Medio. Esta elección poblacional, respalda el crecimiento urbanístico del sector en los últimos años y propicia el desarrollo de proyectos de vivienda con ciertas características y beneficios para las personas, como lo relaciona el plan de desarrollo Comunal de la alcaldía. (Alcaldía de Fusagasuga-Juntos si podemos, 2018)

Por otro lado, el 25% (39) respuestas, afirmaron el ocupar viviendas fuera de conjuntos cerrados, concentrándose un 13% y 11% en estratos Medio-bajo y Medio respectivamente.

Claramente este grupo de individuos no prefieren eventualmente la elección de habitar apartamentos, solo el 1% (2) respondió positivamente a esta opción.

Tabla 25
Años en la vivienda

Años en la vivienda	Valor absoluto				Valor porcentual			
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
Menos de 1 Año	3		11	14	2%	0%	7%	9%
Entre 1 y 5 años	29	10	44	83	18%	6%	28%	53%
Entre 6 y 10 años	15	21		36	10%	13%	0%	23%
Más de 10 años	16	8		24	10%	5%	0%	15%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

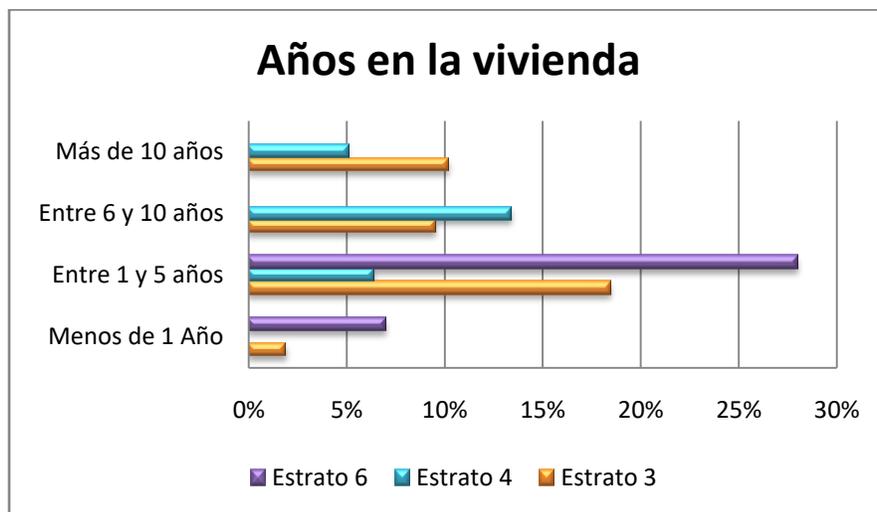


Figura 26. Años en la vivienda

Fuente: Autores

Las respuestas a la variable presentada al grupo estudiado reflejan en la tabla anterior que las unidades habitacionales las llevan ocupando en un 53% (83) respuestas, en un rango de 1 a 5 años, de ellos 28% (44) se encuentran en estrato Alto, el 18 (29) respuestas en estrato Medio-bajo y el 6% (10) en estrato Medio.

En segundo nivel el 23% (26) encuestados respondieron que han habitado sus predios en un tiempo entre 6 y 10 años, de los cuales el 10% (16) y 5% (8) están en estrato Medio-bajo y Medio.

Se puede deducir que hay una favorabilidad y permanencia en las condiciones presentes en la Comuna Sur occidental del municipio de Fusagasugá, por cuanto el 38% (60) de la muestra habitan el sector por más de 6 años, y el 53% (83) están presentes por más de una año.

Tabla 26
Metros cuadrados vivienda

Mts cuadrados de la vivienda	Valor absoluto			%				
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
30 a 50 mts cuadrados	3			3	2%	0%	0%	2%
51 a 100 mts cuadrados	32	1	1	34	20%	1%	1%	22%
101 a 150 mts cuadrados	22	13		35	14%	8%	0%	22%
Más de 150 mts cuadrados	6	25	54	85	4%	16%	34%	54%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

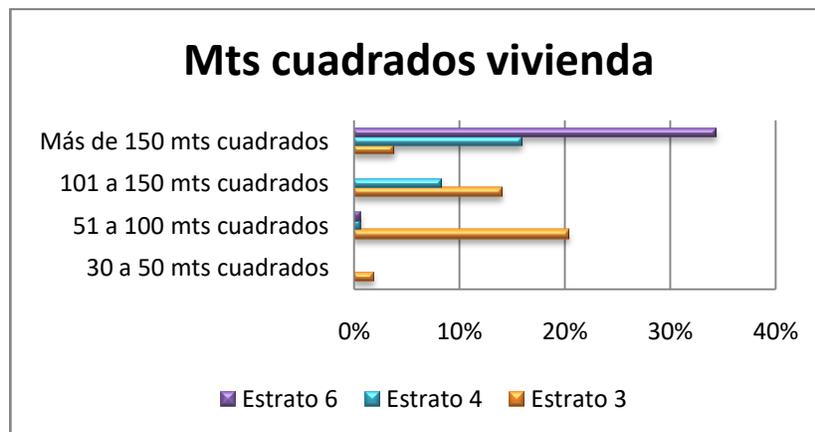


Figura 27. Metros cuadrados vivienda

Fuente: Autores

El estudio permite establecer que el 54% (85) encuestados, viven en aéreas habitacionales mayores a 151 metros cuadrados, siendo la ocupación más significativa de estos en estrato Alto con 34% (54) afirmaciones, seguida por un 16% (25), ubicados en estrato Medio y por último 4% (6) en estrato Medio-bajo. Sin embargo no muy distante en espacio habitado se encuentran

aquellos entre 101 y 151 metros cuadrados, con un 22% (35) respuestas, de los cuales están distribuidos un 14%(22) en estrato Medio-bajo y 8% (13) en estrato Medio.

El 2% (3) de la muestra habita vivienda en un lugar con un rango de 30 a 50 metros cuadrados.

Tabla 27
Residencia permanente en Fusagasugá

Residencia permanente en Fusagasugá	Valor absoluto			Total general	Valor porcentual			Total general
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
NO	3	5	6	14	2%	3%	4%	9%
SI	60	34	49	143	38%	22%	31%	91%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

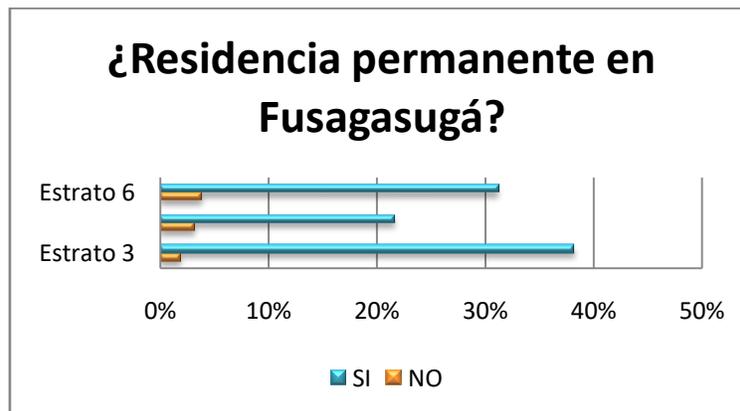


Figura 28. ¿Residencia permanente en Fusagasugá?
Fuente: Autores

Representativamente, la tabla 28 demuestra la aceptación y elección de vivienda permanente por la ciudad de Fusagasugá y en especial para satisfacer esta necesidad de seguridad, encontrándola en la Comuna Sur Occidental de este municipio, esta afirmación es del 91% (143) de los encuestados, encontrándose un 38% (60) respuestas, en el estrato Medio-bajo, un 31% (49) en estrato Alto y el 22% (34) en Medio.

De los jubilados estudiados el 9% (14), habitan con alguna regularidad las viviendas, pero su domicilio permanente esta fuera del municipio.

Tabla 28
Cantidad de personas con quien convive

Cantidad de personas con las que vive	Valor absoluto			%				
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
0	8	4	6	18	5%	3%	4%	11%
1	17	8	2	27	11%	5%	1%	17%
2	17	14	20	51	11%	9%	13%	32%
3	10	6	16	32	6%	4%	10%	20%
4	8	7	11	26	5%	4%	7%	17%
5	3			3	2%	0%	0%	2%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

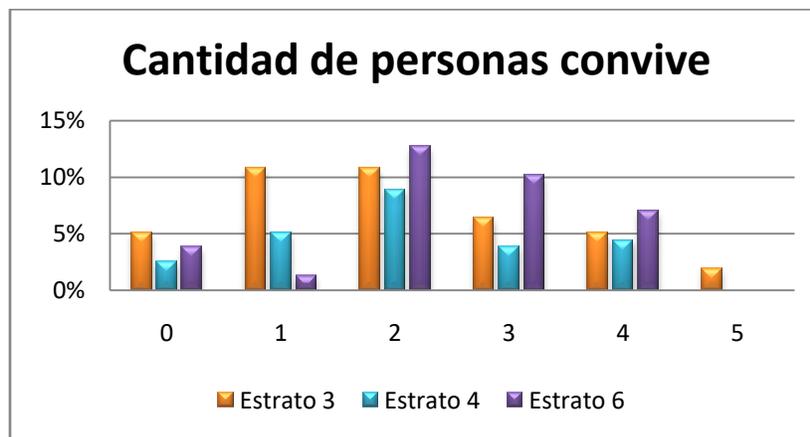


Figura 29. Cantidad de personas con quien convive
Fuente: Autores

Los grupos familiares conformados con la población jubilada no manifiestan ser numerosos, el mayor porcentaje del estudio indica que el 32% (51) resultados según la tabla anterior convive con 2 personas, de ellos el 13% (20) se encuentran en estrato Alto, el 11% (17) en estrato Medio-bajo y en estrato medio un 9% (14). En segundo reglón de relevancia de la variable, el 20% (32) respuestas conviven con 2 personas, principalmente el 10% (16) en estrato Alto, continuando en el estrato Medio-bajo un 6% (10) respuestas, y un 4% (6) en estrato Medio.

No pasa desapercibido que en la muestra el 11% (18) encuestados, en la actualidad afirma vivir solos en sus hogares, el 5% (8) de ellos ubicados en el estrato Medio-Bajo, el 4% (6) y 3% (4) respuestas, en estrato Alto y Medio respectivamente.

Tabla 29
Cantidad de personas que dependen económicamente

Cantidad dependen económicamente	Valor absoluto			Total general	%			
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
0	24	20	23	67	15%	13%	15%	43%
1	23	10	15	48	15%	6%	10%	31%
2	10	6	9	25	6%	4%	6%	16%
3	3	3	2	8	2%	2%	1%	5%
4	3		6	9	2%	0%	4%	6%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

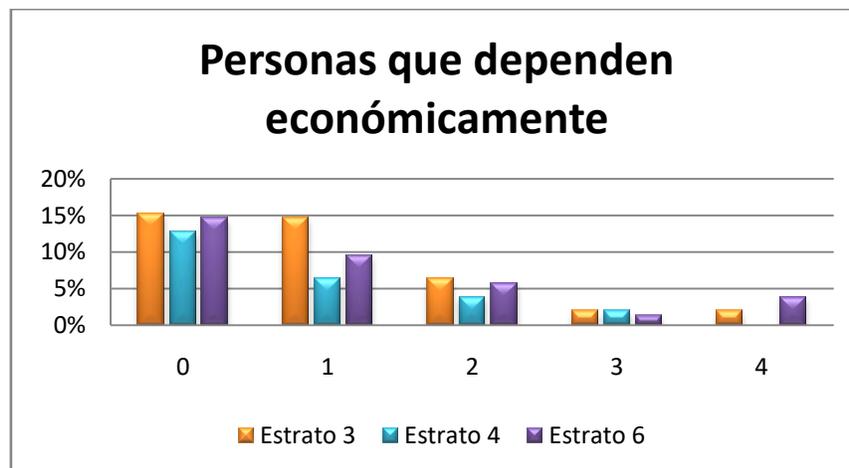


Figura 30. Personas que dependen económicamente
Fuente: Autores

En cuanto al número de personas que dependen de los jubilados sujetos del presente estudio, un 43% (67) respuestas, manifestó no tener ningún caso, de ellos el 15% (24) están en estrato Medio-bajo, otro 15% (23) afirmaciones en estrato Alto y el 13% (20) en estrato Medio.

Siguiendo el nivel de importancia, se encuentra la dependencia de una persona a cargo de los pensionados estudiados, con un 31% (48) respuestas, de los cuales el 15% (23) se encuentran en estrato Medio-bajo, el 10% (15) respuestas están en estrato Alto y el 6% (10) en estrato Medio.

El 11% (17) de la muestra tienen entre 3 y 4 dependientes, lo que puede ser un aspecto importante en el momento de suplir necesidades en el grupo familiar y aún más cuando se encuentra en un proceso de cambios psicosociales fundamentales para el jubilado.

7.2.3 Necesidades de Afiliación

Tabla 30
Resumen necesidades afiliación vrs estrato
N=157

		ESTRATO					
		Estrato 3 (Medio-bajo)		Estrato 4 (Medio)		Estrato 6 (Alto)	
Descanso	Actividad de descanso que realiza	Deporte	21 13%	Deporte / Manualidades	8 5%	Deporte	26 17%
	Nivel de gasto	Hasta \$500.000				92 59%	
	Calificación	Bueno	23 15%	Regular	14 9%	Bueno	19 12%

Nota: Las frecuencias presentadas en cada variable son las de mayor valor en cada estrato. N equivale al total 157 encuestados de la muestra procesada
Fuente: Autores

La afiliación desde el punto de vista planteado por Maslow, consiste en la búsqueda de los individuos por obtener una aprobación y apoyo social, posibilitar y contrastar las creencias, ideas, actitudes y aptitudes. Es posible que todas estas aprobaciones o interacciones sean insumos para la construcción del prototipo de persona que cada uno quiere proyectar y sentirse satisfecho consigo mismo (Maslow, 1991).

La tabla 30 resume las respuestas a las preguntas realizadas frente a la necesidad de afiliación considerada en el estudio, las frecuencias presentadas en cada variable son las de mayor valor en cada estrato socio-económico.

Dentro de la encuesta practicada a la población jubilada de la Comuna, se indago sobre las actividades relacionadas en descanso, como asistencia a bailes, uso frecuente de piscina, manualidades, cine, turismo, deporte entre otras, siendo la actividad deportiva, la cual llama la atención de 55 individuos del total de la muestra, adicionalmente y en concordancia a la variable anterior es significativamente a la que se le destina dinero para su práctica, por otra parte, las condiciones que encuentran en el sector para practicar dichas actividades son calificadas como “*buenas*” en un 15% (23) y 12% (19) afirmaciones, en el estrato Medio-bajo y Alto respectivamente, “*regular*” con una calificación de 9% (14) respuestas en el estrato Medio.

De la población encuestada el 59% (92) respuestas, destinan al año hasta \$500.000 para el desarrollo de actividades de descanso.

A continuación se detalla el análisis realizado a cada variable indagada determinando el comportamiento de consumo frente a esta necesidad.

7.2.3.1 Descanso

Tabla 31
Actividad de descanso que realiza

Actividades de descanso	Cantidad				Actividad	Cantidad		
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total		Compra en Fusa	Compra en Fusa y otra ciudad	Compra en otra ciudad
Baile	10	2	6	18	Baile	16	2	0
Piscina	8	7	13	28	Piscina	21	1	6
Manualidades	3	8	9	20	Manualidades	16	4	0
Música	3	5	7	15	Música	13	1	1
Teatro	1	1	0	2	Teatro	1	0	1
Cine	1	0	2	3	Cine	2	0	1
Deporte	21	8	26	55	Deporte	43	8	4
Turismo	4	5	12	21	Turismo	6	4	11
Otra	20	2	8	30	Otra	29	1	0
Total	71	38	83	192		147	20	24

Fuente: Autores

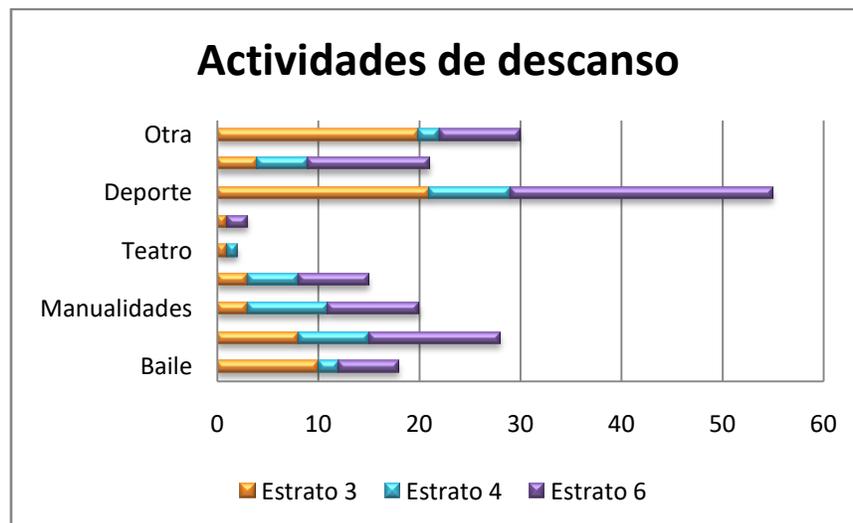


Figura 31. Actividades de descanso
Fuente: Autores

Dentro de las actividades de descanso expuestas para el estudio, los pensionados contestaron con mayor relevancia la práctica de deporte, de la muestra 55 dieron su afirmación hacia esta variable, encontrándose 26 personas en estrato Alto, 21 en estrato Medio-bajo y por último 8 en

estrato Medio. Para la práctica del deporte 43 pensionados realizan compras en la ciudad de Fusagasugá, 4 compran los artículos fuera de la ciudad y 8 lo hacen en la ciudad y fuera de ella.

Otra de las actividades con mayor práctica es el uso de piscina, contando con 28 personas que frecuentan realizarla, de ellos 13 se encuentran en el estrato Alto, 8 en Medio-bajo y 7 en Medio. Las compras realizadas para la realización del anterior ejercicio las hacen principalmente en Fusagasugá, 21 de ellos, 1 fuera de este lugar y por último 6 de los jubilados compran dentro y fuera de la ciudad.

Se manifiestan además respuestas en turismo (21), manualidades (20), baile (18), música (15) y en menores cantidades teatro y cine (5); con gasto principalmente en Fusagasugá. En la ciudad solo se cuenta con una sala de cine con capacidad mínima, lo que limita la realización de esta actividad, sin embargo, está en proceso de construcción dos centros comerciales con proyección de multi-salas.

Es de destacar que dentro de las actividades de descanso se menciona: “otra”, con 30 respuestas, que al consultar se refiere principalmente a caminar o caminatas. En estrato Medio-bajo 20, Alto 8 y Medio 2. La provincia del Sumapaz ofrece diversidad de espacios naturales con recorridos paisajísticos y rutas ancestrales que invitan a la práctica del ecoturismo.

Cabe anotar que el deporte que más practican es el ciclismo y el tejo. El ciclismo con una participación total del 8% (12), representado en los estratos Medio-bajo 4% (7) y Alto 3% (5); y el tejo con 8% (13) estratos Medio-bajo 6% (10), Alto y Medio 1% (1), cada uno. Enuncian otro deporte con una participación del 29% (46), mencionando principalmente el atletismo o caminar.

La comuna cuenta con espacios deportivos en sus barrios y conjuntos residenciales, como canchas polideportivas, parques bio- saludables, piscinas y zonas verdes, adicionalmente la Alcaldía municipal a través de programas generados por el Instituto Deportivo y Recreativo de Fusagasugá (IDERF), promueve la salud a través del deporte con instructores que visitan las diferentes comunidades con el ejercicio de gimnasia, yoga y aeróbicos que propician sus prácticas y generan hábitos saludables. Por otro lado, para los grupos que lo soliciten, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA brinda diferentes cursos en artes y manualidades.

Tabla 32
Nivel de gasto promedio en el año

Nivel de gasto ocio y recreación	Cantidad				
Actividades de ocio y recreación	1. Hasta \$500,000	2. \$500,001– 1,000,000	3. \$1,000,001- 1,500,000	4. \$1,500,001 – 3,000,000	5. Mayor a \$3,000,000
Baile	14			14	
Piscina	12	2		14	
Manualidades	14	2		16	
Música	6	2		8	
Teatro	1	0		1	
Cine	2			2	
Deporte	23	7	2	32	
Turismo	7	6	2	2	2
Otra	13	1			1
Total	92	20	4	89	3

Fuente: Autores

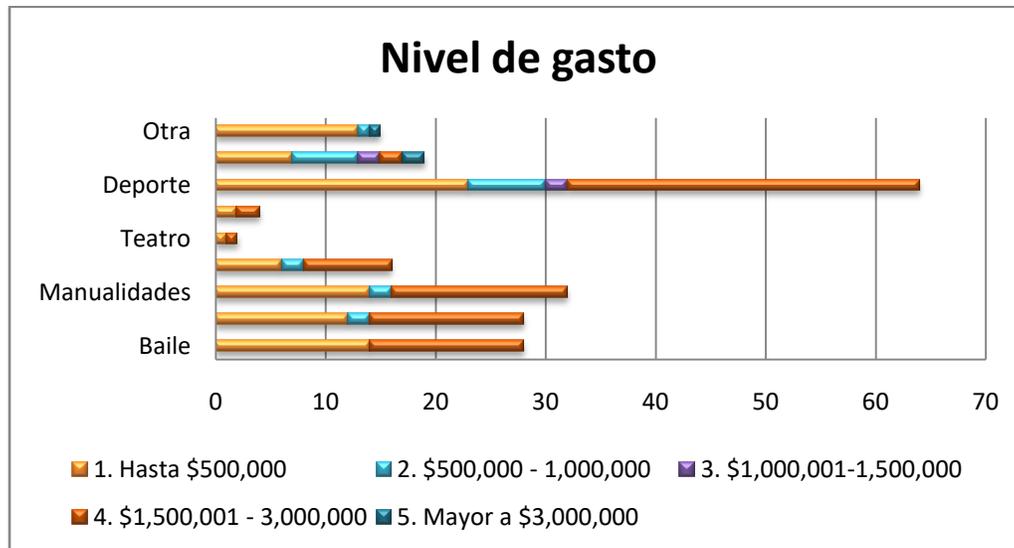


Figura 32. Nivel de gasto

Fuente: Autores

Ante la variable presentada como nivel de gasto utilizado para descanso los encuestados respondieron con mayor relevancia el deporte, al cual 64 de ellos destinan rubros económicos durante el año para su realización, un grupo de 32 jubilados invierten entre \$1.500.000 y 3.000.000, y otro grupo conformado por 23 utilizan hasta \$500.000 durante el mismo periodo de tiempo.

Otro de los entretenimientos que más llama la atención dentro del estudio, son la realización de manualidades, al cual 14 personas dedican hasta \$500.000 de su presupuesto; otras 14 personas gastan entre \$1.500.001 - \$3.000.000 y por último 2 jubilados utilizan entre \$500.001 - \$1.500.000.

Tabla 33
Calificación de espacios destinados para actividades de descanso

Calificación	Valor absoluto			%				
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
1. Muy malo	3	2	5	10	2%	1%	3%	6%
2. Malo	7	8	5	20	4%	5%	3%	13%
3. Regular	19	14	6	39	12%	9%	4%	25%
4. Bueno	23	5	19	47	15%	3%	12%	30%
5. Excelente	5	3	7	15	3%	2%	4%	10%
N/R	6	7	13	26	4%	4%	8%	17%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

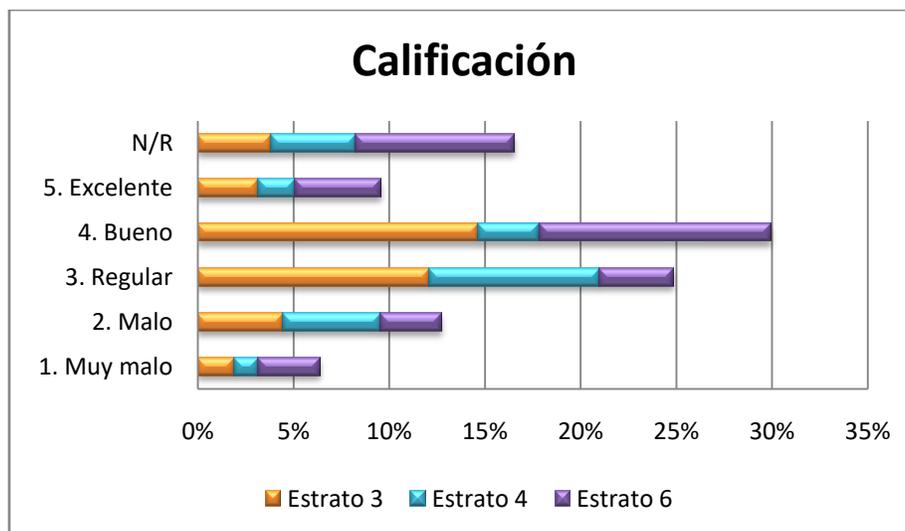


Figura 33. Calificación
Fuente: Autores

En cuanto a la calificación que hacen los pensionados acerca de los espacios y lugares establecidos para la práctica y utilización de actividades de descanso en la Comuna y en general del municipio se destaca lo siguiente: El 30% (47) encuestados, los evalúan como “Bueno”, de los cuales 15% (23) están en estrato Medio-bajo, el 12% (19) respuestas, son de estrato Alto y 3% (5) en estrato Medio. En segunda instancia en importancia el 25% (39) resultados, consideran como “Regular”.

Adicionalmente el 13% (20) y 6% (10) de los encuestados tiene una opinión de “Malo” y “Muy malo” respectivamente acerca de la variable evaluada. Por el contrario 10% (15) respuestas, calificaron como “Excelente”.

17% (13) No responden, al no practicar ninguna actividad de descanso.

7.2.4 Necesidades de Reconocimiento

Tabla 34

Resumen necesidades de reconocimiento vrs estrato

		ESTRATO					
		3 (Medio-bajo)		4 (Medio)		6 (Alto)	
Grupos Sociales	Participación en grupos	Grupo religioso	19 12%	Ninguno	18 11%	Ninguno	28 18%
	Visita familiares o amigos	Si	55 35%	Si	29 18%	Si	47 30%
	Frecuencia de visita al año	Una vez	26 20%	Una vez	19 15%	Una vez	22 17%
	Actividades que realiza con los visitantes	Piscina, Almorzar en restaurantes, Turismo	10 6%	Piscina, Almorzar en restaurantes	8 5%	Piscina, Almorzar en restaurantes	6 4%
Vehículo	Posee vehículo	No	41 26%	No	21 13%	Si	24 15%
	Gasto mantenimiento y compra de autopartes	Fusagasugá	13 8%	Bogotá	9 6%	Bogotá	22 14%
	Rango de gasto	500.001 - 1.000.000	13 8%	Hasta \$500.000	9 6%	Hasta \$500.000	22 14%
	Calificación	Bueno	13 8%	N/R	22 17%	N/R	26 14%

Nota: Las frecuencias presentadas en cada variable son las de mayor valor en cada estrato. N equivale al total 157 encuestados de la muestra procesada

Fuente: Autores

Las necesidades de reconocimiento también llamadas necesidades de estima, se determinan como el modo de la valoración a las personas. Con éstas se fortalece la autoestima, el reconocimiento y el respeto hacia los demás; una vez suplidas el individuo se siente seguro de sí mismo y genera aportes a la sociedad como valioso. Para Maslow se dividen en dos:

- “Necesidades de reconocimiento inferior, incluyen el respeto a los demás, necesidad de estatus,(fama, gloria, reconocimiento, atención, reputación y dignidad.)

-Necesidades de reconocimiento superior, respeto propio que incluye sentimientos (autoconfianza, competencia, logro, independencia, libertad)”. (Maslow, 1991).

En el análisis realizado para este estudio se determinaron la relación con grupos sociales y el vehículo (representa estatus social), la tabla 34 presenta las frecuencias de cada variable que son las de mayor valor por estrato socio-económico.

La participación en grupos sociales tiene una mayor cantidad de respuestas en “Ninguno”, para los estratos sociales Alto 18% (28) y Medio 11% (8); mientras que para el Medio-bajo 12% (19), afirman grupos religiosos.

En cuanto a visitas de familiares o amigos, en todos los estratos responden sí recibirlas, el 35% (55) en estrato Medio-bajo; 30% (47) estrato Alto y 18% (29) estrato Medio. Igualmente, la frecuencia con mayor representación es una vez en al mes, estrato Medio-bajo 20% (26); Alto 17% (22) y Medio-bajo 15% (19).

Las actividades realizadas con los visitantes responden en mayor porcentaje a “Piscina y Almorzar en restaurantes”, así: 5%(8) para estrato Medio y 4%(6) estrato Alto. El estrato Medio-bajo además incluye “Turismo” con 6% (10).

Los cuestionamientos a la posesión de vehículo, para la muestra seleccionada determinan un porcentaje superior para la respuesta “No tener vehículo”, estrato Medio-bajo 26% (41) y estrato Medio 13% (21). El estrato Alto responde “Sí tener vehículo” 15% (24).

Para los que afirman tener vehículo propio, se pregunta el lugar donde realizan el mantenimiento y compra de autopartes, con mayores respuestas en Bogotá: estrato Alto 14%

(22) y Medio 6% (9). Estrato Medio-bajo, en Fusagasugá 8% (13). El rango de gastos promedio para este ítem con más representación es: “Hasta \$500 mil pesos”, 14% (22) estrato Alto;6%(9) Medio y el estrato Medio–bajo 8% (13), rango entre “\$500.001-\$1.000.000”.

Así, al calificar este servicio en Fusagasugá, los estratos Medio y Alto no responden, dado que los mantenimientos los realizan en Bogotá, el 8% (13) respondieron “Bueno” estrato Medio-bajo.

Se concluye para la muestra seleccionada que hay escasa participación en grupos sociales, con visita de familiares y amigos en promedio una vez al año, actividades principales “Piscina, Almorzar en restaurantes y Turismo”. Gran porcentaje no posee vehículo y quienes lo tienen realizan sus mantenimientos y compra de autopartes en Bogotá con rangos de gasto “hasta \$500.000”.

A continuación, se detallan los resultados de estas variables:

7.2.4.1 Grupos sociales

Tabla 35
Participación en grupos sociales

Participación en grupos	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
Ninguno	18	18	28	64	11%	11%	18%	41%
Grupo religioso	19	9	9	37	12%	6%	6%	24%
Grupo social	11	6	2	19	7%	4%	1%	12%
Cooperativas	4	3	8	15	3%	2%	5%	10%
Grupo religioso, Grupo social	5	3	2	10	3%	2%	1%	6%
Grupo social, Cooperativas	4		1	5	3%	0%	1%	3%
Grupo religioso, Cooperativas	1		3	4	1%	0%	2%	3%
Otros	1	0	2	3	1%	0%	1%	2%
Total	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

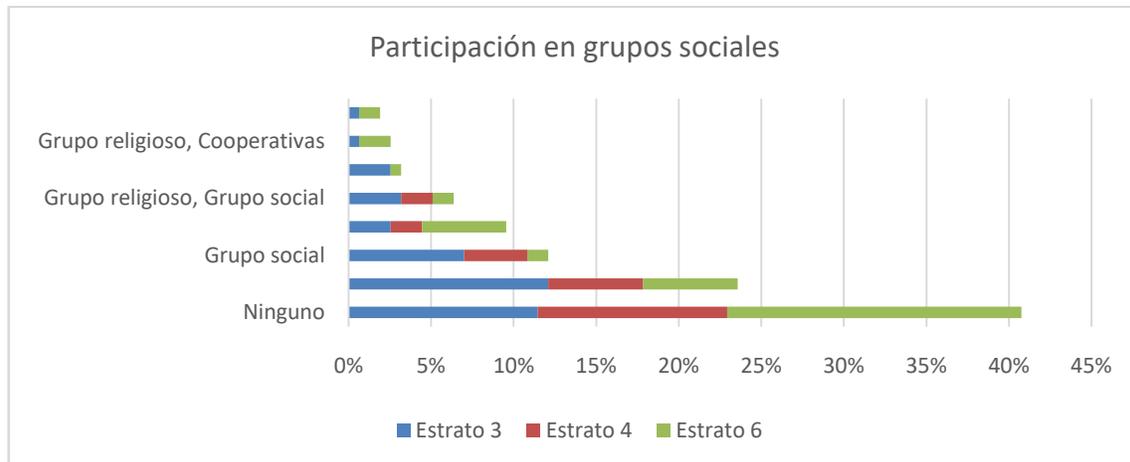


Figura 34. Participación en grupos

Fuente: Autores

La participación en grupos sociales con mayor porcentaje responde a “no pertenecer a ningún grupo” con el 41% (64) respuestas, distribuidas en estrato Alto 18% (28); Medio y Medio-bajo 11% (18) cada uno. En segundo lugar, pertenecer a “grupo religioso” con un 24% (37), del estrato Medio-bajo 12% (19); Medio y Alto 6% (9) respectivamente. Tercer lugar 12% (19) pertenece a un grupo social, así: 7% (11) Medio-bajo; 4% (6) Medio y 1% (2) Alto.

Con una representación del 10% (15), en cuarto lugar, responden a vincularse a Cooperativas, del estrato Alto 5% (8); Medio-bajo 3% (4) y Medio 2% (3). En menores porcentajes relacionan hacer parte de grupos religiosos y a la vez de cooperativas o grupos sociales.

Tabla 36

Visita de familiares o amigos

Visita familiares o amigos	Valor absoluto				%			
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
No	8	10	8	26	5%	6%	5%	17%
Si	55	29	47	131	35%	18%	30%	83%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

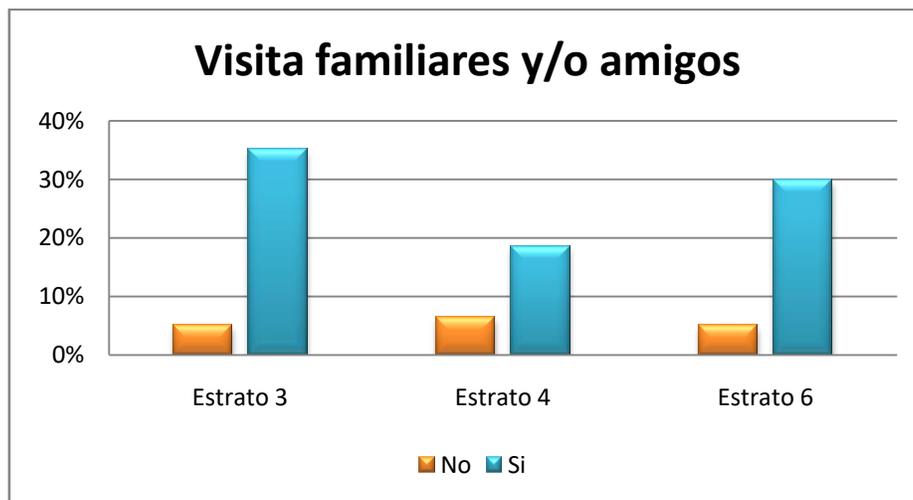


Figura 35. Visita familiares y/o amigos

Fuente: Autores

Los pensionados de la Comuna Sur Occidental responden a recibir visitas de familiares o amigos en un 83% (131); cifra representada en el estrato Medio-bajo con 35% (55); Alto el 30% (47) y Medio 18% (29). Sólo el 17% (26) aluden no recibir visitas, así: estrato Medio 6% (10); Alto y Medio-bajo 5% (8) respectivamente.

Estas cifras reflejan que la mayoría de los pensionados buscan una ciudad tranquila para vivir después de su jubilación, y son visitados por sus familiares (hijos, nietos, hermanos) y amigos en épocas festivas y vacacionales.

Tabla 37
Frecuencia de visita al año

Frecuencia de visita	Valor absoluto			Total general	%			Total general
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
Una vez	26	19	22	67	20%	15%	17%	51%
Dos veces	18	7	13	38	14%	5%	10%	29%
Tres veces	6	1	6	13	5%	1%	5%	10%
Más de tres veces	6	3	4	13	5%	2%	3%	10%
Total general	56	30	45	131	43%	23%	34%	100%

Fuente: Autores

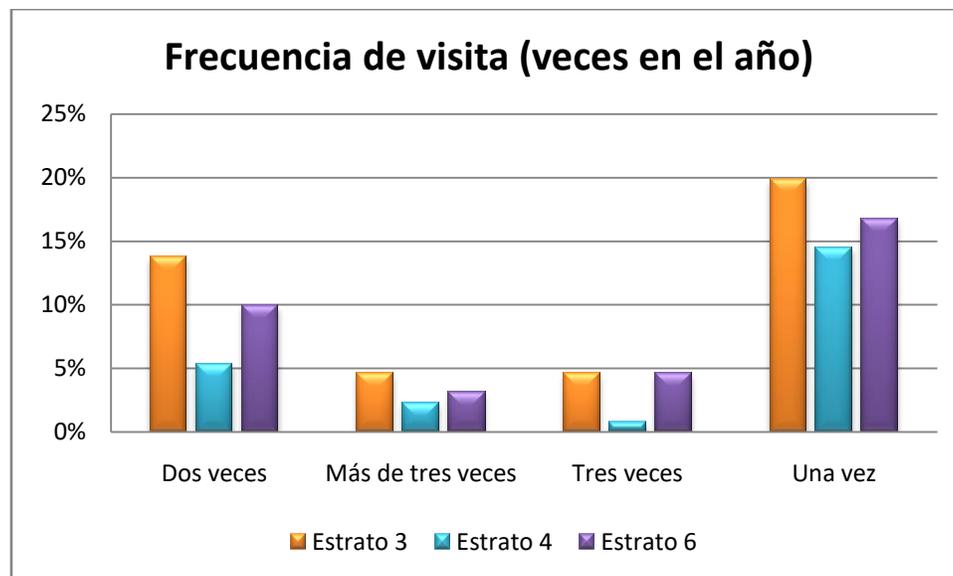


Figura 36. Frecuencia de visita (veces al año)
Fuente: Autores

La frecuencia de visitas en el año con mayores porcentajes de respuestas es “Una vez” con una participación del 51% (67), del estrato Medio-bajo 20% (26); Alto 17% (22) y Medio 15% (19). “Dos veces” 29% (38), estrato Medio-bajo 14% (18); Alto 10% (13) y Medio 5% (7). “Tres veces” y “Más de tres veces” en el año 10% (13), cada una; con representaciones en el estrato Medio-bajo 10% (12), Alto 8% (10) y Medio 3% (4).

Tabla 38
Actividades que realiza con los visitantes

Actividades realizadas con visitantes	Valor absoluto			Total general
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
Almorzar en restaurantes	9	5	4	18
Almorzar en restaurantes, Deporte	2		4	6
Almorzar en restaurantes, Deporte, Turismo	1			1
Almorzar en restaurantes, Otra		3		3
Almorzar en restaurantes, Turismo	7	2	3	12
Deporte	1		1	2
Deporte, Otra			3	3
Otra	1	4	4	9
Piscina, Almorzar en restaurantes	9	8	6	23
Piscina, Almorzar en restaurantes, Deporte	2	2	1	5
Piscina, Almorzar en restaurantes, Deporte, Turismo	6		4	10
Piscina, Almorzar en restaurantes, Otra	1	3	3	7
Piscina, Almorzar en restaurantes, Turismo	10	3	1	14
Piscina, Almorzar en restaurantes, Turismo, Otra			1	1
Piscina, Deporte			1	1
Piscina, Deporte, Otra			2	2
Piscina, Otra		1	4	5
Piscina, Turismo	1		2	3
Turismo	1		4	5
Turismo, Otra			1	1
Total general	51	31	49	131

Fuente: Autores

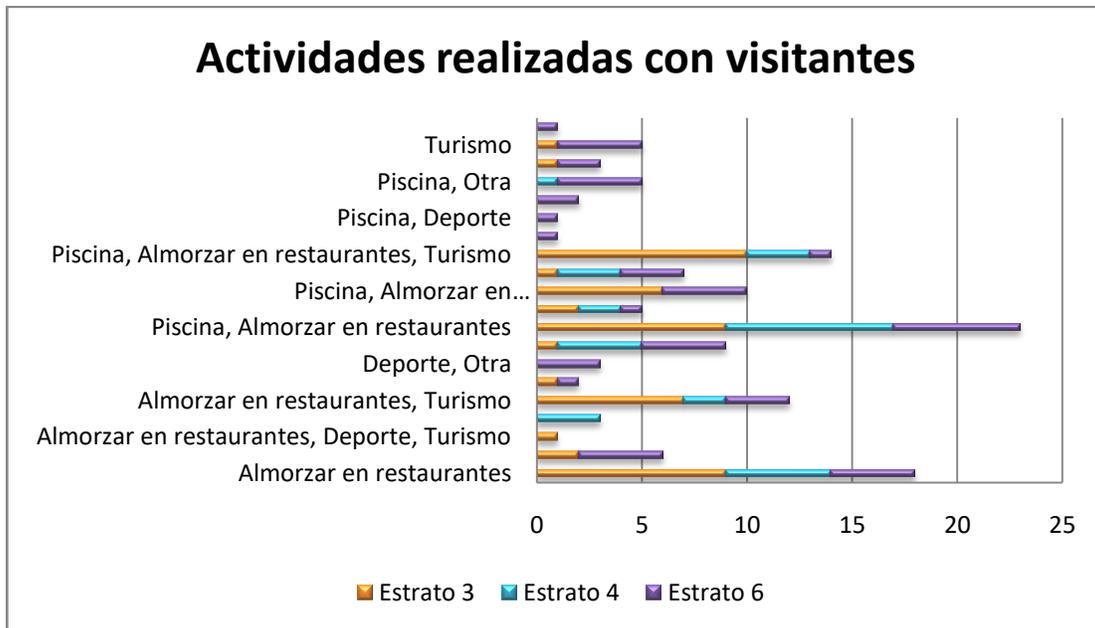


Figura 37. Actividades realizadas con visitantes
Fuente: Autores

Se detallan las actividades realizadas con los visitantes, destacando el salir a restaurantes de la ciudad, piscina, deporte y turismo. La mayoría salen al restaurante y a piscina (23), 18 solo a restaurantes, 12 realizan turismo y consumen alimentos fuera, 10 además hacen deporte.

Se deduce que, la población estudiada es visitada por familiares y amigos con una frecuencia de 1 vez al año y las actividades que realizan son ir a restaurantes, piscina, turismo y deporte.

7.2.4.2 Vehículos.

Tabla 39
Posee vehículo

Posee vehículo	Valor absoluto			Total general	Porcentaje			Total general
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
No	41	21	11	73	26%	13%	7%	46%
Si	22	18	44	84	14%	11%	28%	54%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

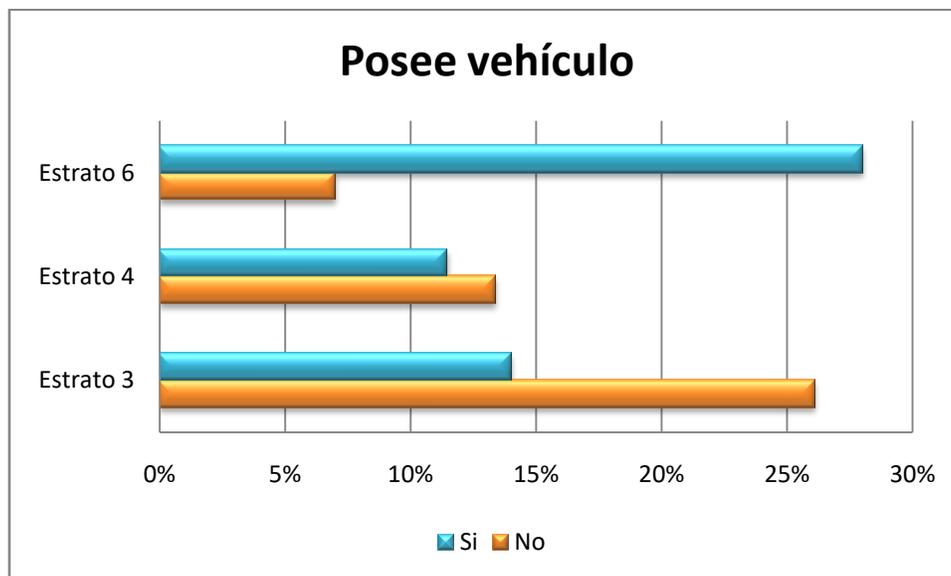


Figura 38. Posee vehículo
Fuente: Autores

En el grupo muestral registra un 54% (84) respuestas donde se afirma poseer vehículo, de estos el 28% (44) pertenecen estrato Alto, el 14% (22) estrato Medio bajo y el 11% (18) estrato Medio.

En contraste del anterior resultado el 46% (73) afirmaciones, manifiestan no poseer vehículo, siendo en el estrato Medio-bajo el de más relevancia con 26% (41) jubilados, seguidamente por 13% (21) respuestas en estrato Medio y una participación de 7%(11) estrato Alto.

Es evidente que para el grupo poblacional ubicado en estrato Alto 35% (55 personas) del estudio, es una necesidad en gran parte satisfecha, por cuanto, de los jubilados encuestados solo 7% (11) de ellos no la tiene cubierta. En forma representativa en el estrato Medio-bajo 41 personas de 63, responden no tener vehículo, los argumentos pueden estar asociados a su mismo nivel de ingresos y proximidades a servicio urbano de transporte.

Tabla 40
Gasto mantenimiento y compra de autopartes

En donde realiza el gasto	Valor absoluto			Total general	%			Total general
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)		Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	
Fusagasugá	13	7	17	37	15%	8%	20%	44%
Bogotá	4	9	22	35	5%	11%	26%	42%
Fusagasugá y Bogotá	7	1	2	10	8%	1%	2%	12%
Otra			2	2	0%	0%	2%	2%
Total general	24	17	43	84	29%	20%	51%	100%

Fuente: Autores

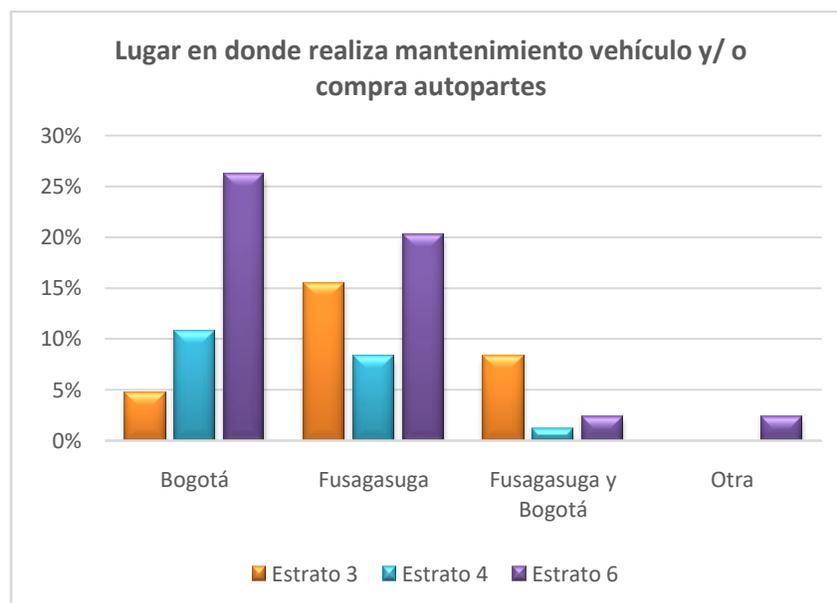


Figura 39. En donde realiza el gasto mantenimiento vehículo y compra autopartes
Fuente: Autores

Para el porcentaje de jubilados que respondieron a poseer vehículo (84), se indaga sobre el sitio en donde realiza mantenimiento y compra de autopartes.

El 44% (37), afirman realizarlo Fusagasugá, de ellos 20%(17) respuestas, pertenecen a el estrato Alto, el 15%(13) en el estrato Medio- bajo y un 8% (7) en estrato Medio.

En Bogotá el 42% (35), así: 26% (22) estrato Alto, 11% (9) Medio y 5%(4) Medio-bajo. Entre Fusagasugá y Bogotá el 12% (10); estrato Medio-bajo 8% (7); Alto 2% (2) y Medio 1% (1) y otra ciudad el 2% (2) del estrato Alto.

Tabla 41
Rango de gasto promedio anual mantenimiento y compra de autopartes del vehículo

Rango de gasto	Valor absoluto			%				
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
1. Hasta \$500.000	6	8	16	30	7%	10%	19%	36%
2. 500.001 - 1.000.000	9	5	10	24	11%	6%	12%	29%
4. 1.500.001 - 2.000.000	2	3	8	13	2%	4%	10%	15%
3. 1.000.001 - 1.500.000	7	1	3	11	8%	1%	4%	13%
5. 2.000.001 - 2.500.000	1		2	3	1%	0%	2%	4%
6. 2.500.001 - 3.000.000			1	1	0%	0%	1%	1%
7. Mayor a 3.000.000			2	2	0%	0%	2%	2%
Total general	25	17	42	84	30%	20%	50%	100%

Fuente: Autores

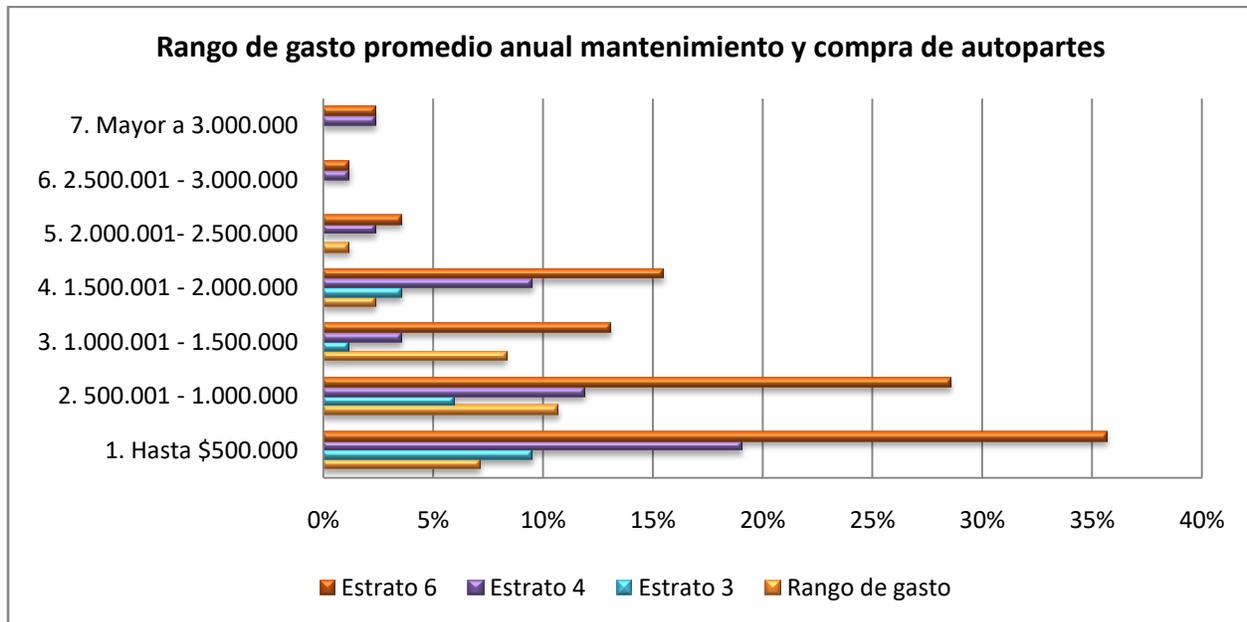


Figura 40. Rango de gasto en mantenimiento de Vehículo
Fuente: Autores

El rango de gastos promedio anual de este ítem con mayor representación corresponde “Hasta \$500.000” con un porcentaje de 36% (30); 19% (16) de estrato Alto, 10% (8) Medio y 7% (6) Medio-bajo.

29% (24) se encuentran entre los rangos \$500.001-\$1.000.000, 12%(10) Alto, el 11%(9) Medio-bajo y el 6%(5) Medio.

15% (13) entre \$1.500.001 y \$2.000.000; estrato Alto 10% (8); Medio 4% (3) y Medio-bajo 2% (2).

13% (1) entre \$1.000.001 y \$1.500.000; estrato Medio-bajo 8% (7); Alto 4% (3) y Medio 1% (1). En menores porcentajes superiores a \$2.000.000 7% (6), distribuidos en los estratos Alto y Medio.

Tabla 42

Calificación servicios de mantenimiento y compra autopartes de vehículos

Calificación	Valor absoluto			%				
	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general	Estrato 3 (Medio-bajo)	Estrato 4 (Medio)	Estrato 6 (Alto)	Total general
1. Muy malo	1	3	3	7	1%	2%	2%	4%
2. Malo	2		1	3	1%	0%	1%	2%
3. Regular	6	4	9	19	4%	3%	6%	12%
4. Bueno	13	6	14	33	8%	4%	9%	21%
5. Excelente	1		6	7	1%	0%	4%	4%
N/R	40	26	22	88	25%	17%	14%	56%
Total general	63	39	55	157	40%	25%	35%	100%

Fuente: Autores

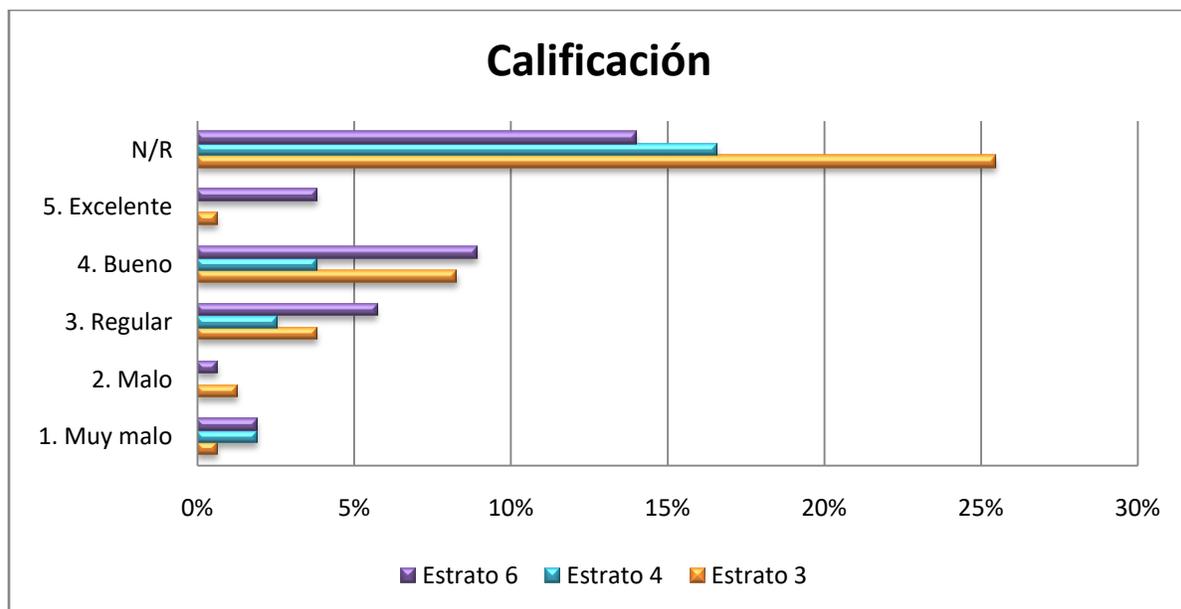


Figura 41. Calificación servicios de mantenimiento y autopartes de vehículos

Fuente: Autores.

Para la calificación a este servicio brindado en la ciudad de Fusagasugá el 56% (88) respondieron N/R, teniendo en cuenta que no todos poseen vehículo y adicionalmente no todos lo realizan en este municipio.

21% (33) respondieron “Bueno”. De estos, 9% (14) estrato Alto, 8% (13) Medio-bajo y 4% (6) Medio.

12% (19) consideran “Regular”, así: 6% (9) Alto, 4% (6) Medio-bajo y 3% (4) Medio.

Con calificación de “Excelente” 4% (7); en los estratos Alto 4% (6) y 1% (1) Medio-bajo. Y con “Muy malo” 4% (7), Alto y Medio 2% (3) cada uno y Medio-bajo 1% (1).

Se puede concluir que tan solo unos puntos por encima de la media de la muestra poseen vehículo, en mayor porcentaje realizan el gasto de mantenimiento y compra de autopartes en Fusagasugá con un rango de gasto promedio anual “hasta \$500.000”, el cual es calificado como “Bueno”.

8. Propuesta de Mejoramiento

Una vez realizada la caracterización y analizado el comportamiento de consumo de bienes y servicios de la población estudiada, se proponen directrices estratégicas de marketing que contribuyen a optimizar la oferta de productos y servicios destinados a este segmento de mercado, que permitan retener y captar nuevos clientes, siendo una alternativa al ciclo de desarrollo de la ciudad y así generando crecimiento económico y sostenibilidad financiera para sus habitantes.

Sapang (2011), afirma que los ingresos son recursos escasos para la satisfacción de necesidades, lo que hace que el cliente busque asignarlos entre las mismas según su prioridad. Estas dependerán de las diferentes condiciones del individuo como: la edad, nivel de escolaridad, ingresos económicos, estímulos publicitarios y grupo social en el que se desenvuelva(Sapang C, 2011).

En esta investigación se tuvieron en cuenta las siguientes necesidades tomando como referente a Maslow: fisiológicas (alimentación y vestuario); seguridad (salud y vivienda); afiliación (descanso) y reconocimiento (grupos sociales, vehículo). Teniendo en cuenta los resultados al análisis de estas, se determinan las directrices estratégicas propuestas.

8.1 A quien va dirigido

Las directrices propuestas en el presente estudio van dirigidas a:

- Sector público: brinda un insumo para el establecimiento de políticas que permitan acondicionar el municipio para la recepción de este segmento de mercado que realiza aportes económicos.
- Sector privado: proveedores de bienes y servicios que en su oferta encuentren en este segmento de mercado una oportunidad de negocio.

8.2 Diagnóstico

Tabla 43
Diagnóstico

DOFA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Desplazamiento de la población pensionada a la ciudad. 88% provienen de una ciudad diferente a Fusagasugá y el 80% del total de la muestra tienen vivienda propia y totalmente pagada. ○ Nivel de escolaridad (46% pregrado y postgrado), productos diferenciados ○ Concentración de jubilados de un mismo Fondo de Pensiones: Colpensiones 46%, FOMAG 24% (Alianzas Estratégicas) ○ Nivel de ingreso económico promedio de \$2 – \$4 Millones (50% sobre el total de la muestra). 43% sin dependientes económicos. Buena capacidad adquisitiva para suplir sus necesidades. ○ Los jubilados en mayor porcentaje consumen sus alimentos en casa, adquiriendo los insumos en tiendas de barrio, plaza central y almacenes de cadena de Fusagasugá, con una calificación del 60% como “Bueno” a este ítem. ○ 64% responden a visitar restaurantes entre 1 y 5 veces en el mes, por otro lado, 83% reciben visitas de familiares/ amigos y una de sus actividades principales es comer en restaurantes. ○ 80% de los jubilados tienen como centro principal de servicios en salud Fusagasugá. ○ Tan solo el 38% de los encuestados no acuden a servicios complementarios de salud privados como droguerías, centros naturistas, fisioterapeutas, odontólogos, optómetras, entre otros. Con mayores respuestas en droguerías y centros naturistas. ○ El 83% de la población estudiada, tiene visita de familiares y amigos durante el año, Frecuencia de visita 1 a 2 veces (80%). La actividad de mayor frecuencia de estos es el uso de piscinas y corredor gastronómico. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Corta distancia de Bogotá con mejores y mayores ofertas en el cubrimiento de todas las necesidades. ○ El sistema de salud a nivel general en el país está en crisis (Suárez, Puerto, Rodríguez, & Ramírez, 2017). ○ Reformas políticas de pensión y protección de la vejez, por cuanta del estado. ○ Dificultad permanente de la movilidad en la vía Bogotá-Soacha (Bogota@elespectador.com, 2018) ○ Desplazamiento de migrantes del proceso político –social de Venezuela por el corredor vial Bogotá- Sur del país, con generación de escepticismo, inseguridad e impacto social en la región del Sumapaz.
	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Clima templado (19 grados centígrados promedio) apetecido por este grupo poblacional ya que favorece el estado de salud ○ Cercanía a la capital del país (59 Km al sur 	<p>Estrategias F.O.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar una estrategia de posicionamiento con la marca que identifique al municipio, mostrando los mejores atributos. • Crear alianzas estratégicas entes privados y públicos para el establecimiento de rutas eco turísticas
		<p>Estrategias F.A.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar beneficios a través de políticas públicas que atraigan inversionistas privados en diferentes sectores de productos y servicios para los jubilados. • Fortalecer los programas realizados por el IDERF

<ul style="list-style-type: none"> ○ occidente de Bogotá) ○ Tranquilidad (percepción general del pensionado objeto de estudio). ○ Movilidad y desplazamiento dentro del municipio (percepción general del pensionado objeto de estudio). ○ El municipio también llamado “ciudad jardín de Colombia” cuenta con diversidad de paisajes- recorridos naturales y rutas ancestrales que fomentan la pureza del aire e invitan a la práctica del ecoturismo, beneficiando la salud. ○ El costo de vida es más económico comparado con ciudades capital (percepción general de los pensionados objeto de estudio). ○ El municipio y la provincia basan su economía en el sector agropecuario, ofreciendo una despensa natural de productos frescos a disposición de los consumidores en diferentes puntos como: plaza de mercado central, mercados orgánicos, tiendas, mini-mercados y almacenes de cadena. ○ El 91% de la muestra tienen residencia permanente en Fusagasugá.76% con un rango entre 1 y 10 años. ○ La comuna cuenta con espacios deportivos en sus barrios y conjuntos residenciales, como canchas polideportivas, parques bio saludables, piscinas y zonas verdes. Clasificados como parques vecinales o de bolsillo. ○ 54% de los jubilados posee vehículo, de los cuales el 44% realiza compra de autopartes y mantenimiento en Fusagasugá. ○ Ubicación de la Cámara de Comercio de Bogotá en la ciudad 	<p>inclusivas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fidelizar el segmento de mercado con promociones dirigidas al grupo objetivo • Fortalecer la adecuación de la infraestructura y promoción de los corredores gastronómicos. • Atraer concesiones de proveedores y centros de mantenimiento de vehículos de reconocimiento nacional que fortalezcan los existentes. 	<p>con alianzas interinstitucionales fomentando los hábitos saludables y preventivos.</p>
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ La apreciación turística del municipio según El estudio del subsector turismo departamento de Cundinamarca (2018), muestran como aspectos negativos el deterioro de la infraestructura y malla vial, pocas actividades turísticas y el desaseo. ○ Carencia de un Plan de Ordenamiento Territorial actualizado ○ Limitada oferta de vestuario dirigido a este segmento de mercado (percepción general de los pensionados objeto de estudio / 35% compran solamente en Fusagasugá). ○ 53% califican el producto y servicio de 	<p>Estrategias D.O.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizar a la población Fusagasugueña con campañas de cultura ciudadana y sentido de pertenencia para poder establecer la marca municipio. • Contemplar en el POT y PDM espacios y políticas que contemplen espacios propicios para mejorar la calidad de vida de la población objetiva. • Generar beneficios a través de políticas públicas que atraigan inversionistas privados en diferentes sectores de productos y servicios para los jubilados. • Establecer alianzas con entes gubernamentales y no gubernamentales para generar espacios de capacitación que fortalezcan las organizaciones que 	<p>Estrategias D.A.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad de los servicios de salud a través de programas de capacitación. • Aprobar la actualización del POT mediante acuerdo municipal que sea incluyente con la población objetiva.

Análisis de Características Socio-económicas Población Pensionada Comuna Suroccidental, Fusagasugá
124

-
- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">○ vestuario entre “Regular y muy malo”○ En Fusagasugá solo existe un hospital y una clínica con nivel, generando saturación e insatisfacción en el servicio.○ 56% califica el servicio de salud entre “Regular y muy malo”○ Carencia de parques de escala regional o zonal para la práctica de necesidades de recreación activa y/o pasiva○ En la ciudad existen pocos espacios destinados a la actividad cultural como teatros, salas de cine, entre otras.○ El 41% no se encuentra vinculado a ningún grupo social. | <ul style="list-style-type: none">• ofrecen productos y/o servicios a pensionados.• Generar nuevos espacios y mejorar los existentes destinados a la actividad cultural• Divulgar y fortalecer las actividades culturales que se ofrecen en la ciudad. |
|--|--|

Fuente: Autores

8.3 Propuesta Directrices Estratégicas de Marketing

Posicionar el municipio a través de la marca “Fusagasugá” mostrando los mejores atributos que atraigan y fidelicen a los pensionados, permitiendo crecimiento- desarrollo económico y social.

Esta estrategia debería desarrollarse en una triada: organizaciones públicas, privadas y ciudadanía, con el cumplimiento de los siguientes objetivos:

- ✓ Contemplar en el POT (Plan de Ordenamiento Territorial) y PDM (Plan de Desarrollo Municipal) espacios y políticas que contengan regulaciones para mejorar la calidad de vida de la población objetiva.
- ✓ Aprobar la actualización del POT mediante acuerdo municipal que sea incluyente a los pensionados.
- ✓ Sensibilizar a la población Fusagasugueña con campañas de cultura ciudadana y sentido de pertenencia para poder establecer la marca. De tal manera que la ciudad se mantenga libre de basuras y se genere mayor calidez e información sobre sus recursos.
- ✓ Generar beneficios a través de políticas públicas que atraigan inversionistas privados en diferentes sectores de productos y servicios para los jubilados
- ✓ Establecer alianzas con entes gubernamentales y no gubernamentales para generar espacios de capacitación que fortalezcan las organizaciones que ofrecen productos y/o servicios a jubilados.
- ✓ Fortalecer la adecuación de la infraestructura y promoción de los corredores gastronómicos.
- ✓ Atraer concesiones de proveedores y centros de mantenimiento de vehículos de reconocimiento nacional que fortalezcan los existentes.

- ✓ Generar nuevos espacios y mejorar los existentes destinados a la actividad cultural
- ✓ Divulgar y fortalecer las actividades culturales que se ofrecen en la ciudad.
- ✓ Crear alianzas estratégicas entre entes privados y públicos para el establecimiento de rutas eco turístico inclusivo, con el aprovechamiento del corredor vial de Bogotá y sur del territorio nacional.
- ✓ Fidelizar el segmento de mercado con promociones dirigidas al grupo objetivo
- ✓ Fortalecer los programas realizados por el IDERF con alianzas interinstitucionales fomentando los hábitos saludables y preventivos.
- ✓ Mejorar la calidad de los servicios de salud a través de programas de capacitación.

9. Conclusiones

Se desarrolló la revisión documental analizando los diferentes referentes de contexto, conceptual y teórico aplicados al estudio, tomando como autores principales Maslow, Porter, Drucker, Keynes, Kotler y diferentes autores de teorías psicológicas de la jubilación, que fueron el soporte para la elaboración de los instrumentos que guiaron la investigación, así como para el análisis, diagnóstico y propuesta.

Se caracterizó la población pensionada de la Comuna relacionando su situación social y económica. En donde se determina: el grupo objetivo procede de Cundinamarca, pero de ciudades diferentes a Fusagasugá (88%); se encuentra mayor población en el estrato 3 (Medio-bajo) con una participación del 40%; el género que predomina es hombre (57%); con un nivel de formación superior (63%); de profesión docente; entidad que administra su pensión Colpensiones y nivel de ingresos entre \$2 y \$4 millones, con una representación porcentual del 50%.

El comportamiento frente al consumo de bienes y servicios, determinado de acuerdo con la pirámide de necesidades de Maslow, determinó:

Necesidades fisiológicas

Se estableció que los pensionados de la comuna en un mayor porcentaje de veces consumen sus alimentos preparados en casa, con rangos de frecuencia de visita a restaurantes predominantes entre 0 a 5 veces en el mes. Las compras de víveres de grano para su preparación las realizan en un mayor porcentaje en los almacenes de cadena de Fusagasugá, tiendas de barrio o mini-mercados y de verduras en tiendas de barrio o mini-mercados y plaza de mercado central. Se resalta el papel de las tiendas de barrio que se encuentran en diferentes respuestas.

El gasto promedio mensual para este ítem esta en el rango \$500.001 -\$1.000.000 en todos los estratos y es calificado como “Bueno”.

En cuanto al vestuario el lugar de compra preferido es almacenes de ropa en Bogotá (41%), resaltando igualmente que el 35% compra en Fusagasugá y 21% entre Bogotá y Fusagasugá. El rango de gasto anual con mayores respuestas que invierten los pensionados de la comuna para esta variable es \$500.001 - \$1.000.000 y la calificación otorgada “Bueno”; sin embargo, cabe destacar que entre “Regular y “muy malo” hay un porcentaje del 53%; entre las observaciones que indicaban los pensionados frente a este resultado observaban la poca variedad de productos, incomodidad de los almacenes y servicio.

Necesidades de seguridad

Salud: La ubicación principal del centro de asistencia en salud es Fusagasugá, EPS Servisalud, con rangos de gasto mensual hasta \$500.000. La percepción que tiene el grupo poblacional objeto de estudio sobre los servicios prestados en los diferentes centros y entidades prestadores de Salud del municipio de Fusagasugá es de una valoración de “Aceptable”. Se destaca que en mayor porcentaje no tienen servicios de salud pre pagada, sin embargo, tan solo el 38% de los encuestados no acuden a servicios complementarios de salud privados como droguerías, centros naturistas, fisioterapeutas, odontólogos, optómetras, entre otros. Con mayores respuestas en droguerías y centros naturistas.

Vivienda: esta necesidad complementa la caracterización socio-económica, y se evidencia la satisfacción de esta variable, afirmación que se soporta en el 80% de la población estudiada con vivienda propia y totalmente pagada, el tipo de vivienda que predomina es casa en conjunto cerrado con más de 150 metros cuadrados de construcción, y total cobertura de servicios públicos, adicionales a zonas verdes, parques, salón social, polideportivo, bbq y piscinas.

Residencia permanente en Fusagasugá; es importante anotar, además, que los grupos familiares de los pensionados que residen en su hogar en general responden a dos personas, sin dependientes económicos.

Necesidades de Afiliación

Se indago sobre las actividades relacionadas en descanso, como asistencia a bailes, uso frecuente de piscina, manualidades, cine, turismo, deporte entre otras, siendo el deporte, la más representativa de la muestra, adicionalmente y en concordancia a la variable anterior es significativamente a la que se le destina más dinero para su práctica, por otra parte, las condiciones que encuentran en el sector para realizarlas son calificadas como “*Buenas*”. El rango de gasto promedio anual para esta variable es hasta \$500.000. Cabe anotar que el deporte que más practican es el ciclismo y el tejo, así como, en “*otras*” responden a caminar o caminatas, actividad propicia en la ciudad teniendo en cuenta la diversidad de paisajes- recorridos naturales y rutas ancestrales que fomentan la pureza del aire e invitan a la práctica del ecoturismo.

Necesidades de Reconocimiento

Hay escasa participación en grupos sociales, con visita de familiares y amigos en promedio una vez al año, actividades principales que se realizan con ellos: “Piscina, Almorzar en restaurantes y Turismo”. Gran porcentaje no posee vehículo y quienes lo tienen realizan sus mantenimientos y compra de autopartes en Bogotá con rangos de gasto “hasta \$500.000”.

Se concluye la hipótesis, en donde se demuestra que el municipio cuenta con un alto porcentaje de población pensionada con poder adquisitivo que contribuye en el desarrollo económico de éste, teniendo en cuenta los resultados antes mencionados y el potencial que existe

fortaleciendo los productos y servicios que se ofrecen a esta población, captando los consumos que realizan en otras ciudades como Bogotá.

Para esto se realiza una propuesta de mejoramiento dirigida a organizaciones encargadas de atender a esta población con el fin de optimizar la oferta de productos y servicios, mediante la elaboración de un diagnóstico, que determina a través del DOFA las directrices estratégicas propuestas, en donde la central es: Posicionar el municipio a través de la marca “Fusagasugá” mostrando los mejores atributos que atraigan y fidelicen a los pensionados, permitiendo crecimiento- desarrollo económico y social.

10. Referencias Bibliográficas

- Alcaldía de Fusagasugá- Secretaria de Planeación. (2015). *Plan de desarrollo Municipal 2012-2015*. Fusagasugá : Fusagasugá Contigo con todo.
- Alcaldía de Fusagasugá. (17 de Agosto de 2018). *www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co*.
Obtenido de *www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co*: <http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Presentacion.aspx>
- Alcaldía de Fusagasugá, Secretaría de Planeación. (Mayo de 2016). *Plan de Desarrollo Municipal Fusagasugá, Juntos Sí Podemos 2016-2019*. Fusagasugá, Cundinamarca, Colombia.
- Alcaldía de Fusagasuga-Juntos si podemos. (2018). *Plan de Desarrollo Comunal/ Sur Occidental "Construyendo futuro con calidad humana"*. Fusagasugá.
- Anichiarico Perez, L. F., Castaño Pungo, L. A., & González Gonzalez, W. S. (2015). *Análisis Situacional para el Adulto Mayor en Fusagasugá. Análisis Situacional para el Adulto Mayor en Fusagasugá* . Fusagasugá, Cundinamarca, Colombia: Universidad de Cundinamarca.
- Arenas de Mesa, A. (12 de Septiembre de 2017). *Nuevas Tendencias en los sistemas de pensiones e America Latina. Nuevas Tendencias en los sistemas de pensiones e America Latina* . Montevideo, Uruguay: CEPAL.
- Argueso Gago, L. M. (2015). *Impacto del Número de Jubilados sobre el Crecimiento Económico de las provincias*. Valladolid, España.
- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Bogotá.
- Asofondos. (2017 de Abril de 2017). Solo 23 % de los adultos mayores en Colombia tienen pensión. (E. Colombiano, Ed.) *Solo 23 % de los adultos mayores en Colombia tienen pensión* .
- Asofondos. (30 de Enero de 2019). *www.asofondos.org.co*. Recuperado el 30 de Enero de 2019, de *www.asofondos.org.co*: <http://www.asofondos.org.co/#>
- Atchley, R. (2000). *Continuity and Adaptation in Aging: Creating Positive Experiences*. Estados Unidos: The Johns Hopkins University Press.
- Banco Caja Social. (2017). *¿Qué hacen los pensionados con su dinero? Portafolio* .

- Berenguer Contri, G., Gómez Borja, M. A., & Mollá Descals, A. (2006). *Comportamiento del Consumidor*. Barcelona: Editorial VOC.
- Bertalanffy, L. (1969). *Teoría General de Sistemas*. Fondo de Cultura Económica.
- Bogota@elespectador.com. (9 de Mayo de 2018). *www.elespectador.com*. Obtenido de *www.elespectador.com*: <https://www.elespectador.com/noticias/bogota/soacha-no-puede-seguir-siendo-solo-autopista-sur-alcalde-pide-aprobar-la-alo-articulo-754926>
- Bonilla Castro, E., Hurtado Prieto, J., & Jaramillo Herrera, C. (2009). *www.ucn.edu.co*. Recuperado el 01 de Mayo de 2019, de *www.ucn.edu.co*: <https://www.ucn.edu.co/sistema-investigacion/Documents/instrumento%20para%20caracterizar%20experiencias.pdf>
- Bonnin, C. (1834). *Compendio de los Principios de Administración. Compendio de los Principios de Administración*. Madrid, España: Imprenta de José Palacios.
- Bunge, M. (2000). *La Investigación Científica*. Mexico: Siglo XXI.
- Camacho, M. G. (2016). *Teoría de la administración pública*. ARGENTINA: PORRÚA.
- Cañas, I. E. (2013). Joseph Stiglitz: la información y el cambio de paradigma en Economía. *Economía institucional*, 164.
- Carrillo C, A. (1988). *La reforma Administrativa en México, Metodología para el estudio del Funcionamiento y Reforma de la Administración Pública*. México: 1. Edición Porrúa.
- Castillo, M. (2008). La teoría de la globalización de Krugman gana el Nobel de Economía. *Expasión.com*, 5.
- Congreso de la República de Colombia. (29 de Enero de 2003). Reforma de disposiciones de la Ley 100 del 1991 Regimende Pensiones Especiales y exceptuados. *Ley 797 de 2003*. Bogotá, Colombia.
- Congreso de la República de Colombia. (23 de Diciembre de 1993). Sistema de Seguridad Social Integral. *Sistema de Seguridad Social Integral*. Bogotá, Colombia.
- Cuartas M., V. (2006). *Diccionario Económico Financiero*. Universidad de Medellín. Medellín.
- Cumming, E., & Henry, W. (1961). *Growing Old*. Basic Books; Edición: Second Printing.
- DANE. (2014). *geoportal.dane.gov.co*. Recuperado el 29 de Enero de 2019, de *geoportal.dane.gov.co*: <https://geoportal.dane.gov.co/?estimaciones-proyecciones>
- Davis, K. (1979). *Human Behavior of Work: Human Relations and Organizational Behavior*. New York: McGraw Hill.

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE. (2005). *Proyecciones de población*. Recuperado el 27 de Enero de 2019, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE. (2 de Noviembre de 2018). *Censo nacional de población y vivienda 2018. Colombia*. Recuperado el 27 de Enero de 2019, de Información estratégica: <https://sitios.dane.gov.co/cnpv-presentacion/src/>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE. (2 de Noviembre de 2018). *Censo nacional de población y vivienda. 2018 Colombia*. Recuperado el 27 de Enero de 2019, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/cuantos-somos>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE. (30 de Junio de 2005). *Sistema de consulta de información censal. Censo Ampliado 2005*. Recuperado el 27 de 01 de 2019, de <http://systema59.dane.gov.co/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CG2005AMPLIADO&MAIN=WebServerMain.inl>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (Sf). *www.DANE.gov.co*. Recuperado el 11 de Junio de 2019, de [www.DANE.gov.co](https://www.dane.gov.co/files/geoestadistica/Preguntas_frecuentes_stratificacion.pdf): https://www.dane.gov.co/files/geoestadistica/Preguntas_frecuentes_stratificacion.pdf
- Drucker, P. F. (1989). *Las Nuevas Realidades*. Suramericana S.A.
- Drucker, P. (1993). *La Sociedad Post-capitalista*. Suramericana S.A.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Stamer, J. M. (1996). Competitividad Sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política . *Revista de la CEPAL* , 39-52.
- Galindo C, M. (2000). *Teoría de la Administración Pública*. México: Porrúa.
- Guerrero O, O. (2000). *Teoría Administrativa del Estado*. Mexico: Oxford University Press Mexico S.A.
- Infobae. (2016). */www.infobae.com*. Recuperado el 10 de Febrero de 2019, de [/www.infobae.com](https://www.infobae.com/america/mundo/2017/03/26/como-hizo-noruega-para-convertirse-en-el-mejor-entre-los-mejores/): <https://www.infobae.com/america/mundo/2017/03/26/como-hizo-noruega-para-convertirse-en-el-mejor-entre-los-mejores/>
- Irwin, R. (1967). *Integración Social de la Edad*. Londres.

- Johsua, I. (2012). La Crisis de 1929. En I. Johsua, *La Crisis de 1929*. Norte America: Ediciones IPS.
- Keynes, J. M. (1936). *General Theory of Employment- Interest and Money*. Reino Unido: Pelgrave Macmillan.
- Keynes, J. M. (1936). *General Theory of Employment, Interest and Money*. Reino Unido: Pelgrave Macmillan.
- Keynes, J. M. (1936). *Teoría General de la oupación, el interés y el dinero*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing- Versión para Latinoamérica*. Mexico: Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2011). *Marketing 3.0*. Madrid España: LID Editorial Emprsarial.
- Lopez, A. (2003). *La Nueva gestión pública: principios teóricos e implicancias prácticas en el quehacer de la administración Estatal*. Argentina.
- Marshall, A. (1890). *Principios de Economía* . Pantianos Classic.
- Martinez Cleves, F. R. (2011). *Aproximación a la Historia de Fusagasugá*. Fusagasugá: D'Impacto.
- Martinez de Ita, M. E. (2007). *Red de estudios de la economía social*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de www.redem.buap.mx: <http://www.redem.buap.mx/acrobat/eugenia1.pdf>
- Marx, K. (1867). *El capital Tomo I*. Hamburgo: Dietz Verlag.
- Maslow, A. (1991). *Motivación y personalidad*. Madrd: Ediciones Diaz de Santos.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princenton, New Jersey: Van Nostrand.
- McClelland, D. (1961). *La sociedad Realizadora*. Pickle Partners Publishing.
- Municipio de Fusagasugá. (2012). *Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015* . Fusagasugá: Oficina Asesora de Planeación.
- Peñuela, D. (2014). La Gobernabilidad local en el contexto de la nueva gestión pública. *Luna Azul* 39 , 63-88.
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2009). www.definicion.de. Recuperado el 02 de Enero de 2019, de www.definicion.de: <https://definicion.de/gasto/>
- Porter, M. E. (2015). *Ventaja Competitiva: creación y sostenimientode un desempeño superior*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Porter, M. (2003). *Ser Competitivo*. Barcelona: Deuste.

- Protección Fondo de Pensiones y Cesantías . (2018). *www.proteccion.com*. Recuperado el 01 de Noviembre de 2018, de *www.proteccion.com*:
<https://www.proteccion.com/wps/portal/proteccion/web/home/proteccion-conecta/consumidor-financiero/informacion-productos-servicios/obligatorias/que-es-pension>
- Riley, M. W. (1972). *Envejecimiento y sociedad: una sociología de la estratificación de la edad*. New York: Russell Sage Foundation.
- Ríos, L. S. (2008). *Evolución de la Teoría Financiera en el Siglo XX*. Colombia: Ecos de Colombia.
- Rodriguez, A., & Perez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y la construcción del Conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios* .
- Rose, A. M. (1962). *Conducta humana y procesos sociales; un enfoque interaccionista*. Boston: Houghton Mifflin.
- Salazar, R. (2014). *Administración Pública en México*. México: Taurus.
- Sanchez G, J. (Sf). *www.economipedia.com*. Recuperado el 3 de Junio de 2019, de *www.economipedia.com*: <https://economipedia.com/definiciones/la-mano-invisible.html>
- Sapang C, N. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación* (Segunda ed.). Santiago de Chile, Chile: Pearson.
- Semana. (2018). Pensiones: nuestra bomba atómica . *Semana* .
- Skidelsky, R. (2009). *El regreso de Keynes*. España-Barcelona: EDEDSA.
- Small, A. (1909). The Cameralists: The pioners of German Social Polity. *The Cameralists: The pioners of German Social Polity* . New York, Estados Unidos: University of Chicago Press.
- Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Londres: William Strahan .
- Suárez, L., Puerto, S., Rodríguez, L., & Ramírez, J. (2017). La crisis del sistema de salud colombiano: una aproximación desde la legitimidad y la regulación. *Rev. Gerenc. Polit. Salud* , 34-50.
- Superintendencia Financiera de Colombia . (Septiembre de 2018). *www.superfinanciera.gov.co*. Recuperado el 30 de Enero de 2019, de *www.superfinanciera.gov.co*:
<https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/9159>

11. Anexos

11.1 Anexo 1 Encuesta

Formato utilizado como herramienta para el levantamiento de la información del grupo población.

Respetado sr (a): La Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD está desarrollando un proyecto de investigación para caracterizar la población pensionada en la Comuna Sur Occidental de Fusagasugá y su efecto en la economía local. La Universidad agradece su apoyo en este proyecto y le solicita responder el siguiente cuestionario. "La información suministrada es confidencial y solo se utilizará con fines académicos"

1. LUGAR Y FECHA DE LA ENCUESTA

- 1.1 Municipio: Fusagasugá

- 1.2 Fecha (DIA/MES/AÑO): _____
- 1.3 Consecutivo: _____
- 1.4 Barrio: _____
- 1.5 Dirección: _____
- 1.6 Estrato socioeconómico: _____
- 1.7 Genero: Hombre Mujer
- 1.8 Profesión: _____,
- 1.9 Pensionado de que entidad: Colpensiones Fondo privado Fomag(FdoNal. Del Magisterio) sur Fuerzas Militares
Casur Ponal otros Regímenes Especiales
- 1.10 Nivel de Educación: Ninguno Primaria Secundaria Técnico Tecnólogo Universitario
Especialización
Maestría Doctorado Post Doctorado
- 1.11 Nivel de Ingresos _____, Construcción
- 1.12 Ingresos por otra actividad: Rentista de Capital Arrendamientos
Transporte Empleados Negocio propio Otros

2. INFORMACIÓN SOCIOECONOMICA

- 2.1 País de Nacimiento: _____ 2.1.1 Depto Nacimiento: _____ 2.1.2 Mpio Nacimiento: _____
- 2.14 Su vivienda es: Propia Propia totalmente pagada Propia y la están pagando Arrendada Familiar
- 2.15 Si la vivienda es arrendada o la está pagando, rango promedio de gasto: _____
- 2.16 Tipo de vivienda: Casa en conjunto cerrado Casa fuera de conjunto Apartamento
- 2.17. Con que servicios comunitarios cuenta: Piscina Salón Social Parque Infantil Parque Bio saludable
Polideportivo
-
-

BBQ Zonas Verdes Transporte Urbano cercano

2.18. Con cuales de los siguientes servicios públicos o privados cuenta la vivienda: Energía Eléctrica Gas Natural
domiciliario
Agua, recolección de basuras y alcantarillado Teléfono Internet TV por Cable TDT Otro

2.19. Cuanto tiempo lleva habitando esta vivienda: Menos de 1 Año Entre 1 y 5 Años Entre 6 y 10 Años Más de 10 Años

2.20 Su residencia permanente es en Fusagasugá?: Si _____/No _____

2.21 Si la respuesta es **no** lugar de residencia permanente: _____.

2.22 Si la respuesta es no. Cuál es la frecuencia de visita: _____ (Veces en el año). 2.23 Cuántas personas viven con usted en esta vivienda: _____

2.24. ¿Cuántas personas dependen económicamente de usted? _____.

2.25. Metros cuadrados de construcción de su vivienda: 30 a 50 51 a 100 101 a 150 Más de 151

2.26. Cuenta con vehículo propio: Si _____/No _____

3. EFECTOS ECONÓMICOS EN EL MUNICIPIO

3.1. Alimentación

3.1.1 Con qué frecuencia consume sus alimentos en restaurantes (Numero de veces al mes): _____

3.1.2. El mercado de grano lo compra en: Almacenes de Cadena Fusagasugá Tiendas de Barrio Almacenes de cadena otras ciudad

3.1.3. El mercado de plaza lo compra en: Plaza mercado central Plaza mercado satélite Plaza mercado orgánico Almacén de cadena

Tienda de barrio o mini mercado Fuera de Fusagasugá

3.1.4. Rango promedio de gasto para este ítem: _____

3.1.5. Evalúe de 1 a 5 (1 menor 5 mayor) el servicio en Fusagasugá _____

3.2. Salud

3.2.1. Su centro atención principal se encuentra ubicado en: _____ 3.2.2. Su EPS es:

3.2.3. Tiene servicios complementarios de salud: Si _____/ No _____

3.2.4. Si la respuesta anterior es si, en donde se brinda la atención: Fusagasugá Bogotá Otra

3.2.5. Adicional a sus servicios de EPS, utiliza alguno de estos servicios: Droguerías Centros Naturistas Fisioterapeuta

Optómetra Odontólogo Otros _____

3.2.6. En su grupo familiar, incluyéndolo a usted, existe alguien con discapacidad o enfermedad limitante: Si _____/ No _____

3.2.7. Si la respuesta es sí. Considera que ofrecen las condiciones necesarias en entidades públicas y privadas de Fusagasugá: Si _____/No _____

3.2.8. Rango promedio de gasto para este ítem: _____ 3.2.9. Evalúe de 1 a 5 (1 menor 5 mayor) el servicio en Fusagasugá _____

3.3. Descanso

3.3.1. Que actividades realiza para su recreación:	Si / No	En donde realiza estas actividades	Compra de elementos para su práctica en:	Rango promedio de gasto para este ítem
Bailar				
Piscina				
Manualidades				
Música				
Teatro				
Cine				
Deporte				
Turismo				
Otra				

3.3.2. Qué deporte practica: Futbol Natación Tennis Baloncesto Tejo Yoga Ciclismo Otro _____

3.3.3. Evalúe de 1 a 5 (1 menor 5 mayor) el servicio en Fusagasugá _____

3.4. Vestuario

3.4.1. Su vestuario lo compra habitualmente en: Almacenes de ropa Fusagasugá Almacenes de ropa Bogotá Otra Ciudad _____

3.4.2. Rango promedio de gasto para este ítem por año: _____ 3.4.3. Evalúe de 1 a 5 (1 menor 5 mayor) el servicio en Fusagasugá _____

3.5. Seguros

3.5.1. Posee seguros de: Vida Hogar Funerario Vehículo Otro _____

3.5.2. Rango promedio de gasto para este ítem por año: _____ 3.5.3. En donde los adquiere? _____

3.4.3. Evalúe de 1 a 5 (1 menor 5 mayor) el servicio en Fusagasugá _____

3.6. Vehículo

3.6.1. El mantenimiento y compra de autopartes de su vehículo habitualmente lo realiza en: Fusagasugá Bogotá Otra _____

3.6.2. Rango promedio de gasto para este ítem por año: _____.

3.6.3. Evalúe de 1 a 5 (1 menor 5 mayor) el servicio en Fusagasugá _____

3.7. Impuestos

Ítem	Lugar pago	Rango promedio de gasto
Predial		

Vehículos		
ICA		
Otro		

3.8 Otros

3.8.1 Participa en grupos sociales como: Grupo Religioso Grupo Social Cooperativas Otro _____

3.8.2 Es frecuente que lo visiten familiares y amigos que provengan de lugares diferentes de Fusagasugá Si _____/ No _____

3.8.3 Frecuencia de visita mensual: Una vez Dos veces Tres veces Mas de tres veces

3.11. Que actividades realizan con sus visitantes: Piscina Almorzar en restaurantes Deporte Turismo Otra _____

4 ¿Qué le llama la atención de vivir en Fusagasugá?

Tablas de Soporte Cuestionario

1.11 Nivel de Ingresos pensión

1	Sin Ingreso Laboral
2	hasta \$500.000
3	\$500.001 - \$1.000.000
4	\$1.000.001 - \$1.500.000
5	\$1.500.001 - \$2.000.000
6	\$2.000.001 - \$2.500.000
7	\$2.500.001 - \$3.000.000
8	\$3.000.001 - \$3.500.000
9	\$3.500.001 - \$4.000.000
10	\$4.000.001 - \$4.500.000
11	\$4.500.001 - \$5.000.000
12	\$5.000.001 - \$5.500.000
13	\$5.500.001 - \$6.000.000
14	\$6.000.001 - \$6.500.000
15	\$6.500.001 - \$7.000.000
16	\$7.000.001 - \$7.500.000
17	\$7.500.001 - \$8.000.000
18	\$8.000.001 - \$8.500.000
19	\$8.500.001 - \$9.000.000
20	\$9.000.001 - \$9.500.000
21	\$9.500.001 - \$10.000.000
22	Mayor a \$10 millones

2.15 Si la vivienda es arrendada o la está pagando, rango promedio de gasto: /

3.14 Rango promedio de gasto para este ítem: /

3.2.8. Rango promedio de gasto para este ítem

3.4.2. Rango promedio de gasto para este ítem por año

3.5.2. Rango promedio de gasto para este ítem por año

3.6.2. Rango promedio de gasto para este ítem por año

1	Hasta \$500.000	
2	\$500.001 - \$1.000.000	
3	\$1.000.001 - \$1.500.000	
4	\$1.500.001 - \$2.000.000	
5	\$2.000.001 - \$2.500.000	
6	\$2.500.001 - \$3.000.000	
7	Mayor a \$3,000,001	