

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**ESTUDIO DE MERCADO PARA UN CENTRO DE
ESPARCIMIENTO DIRIGIDO AL ADULTO MAYOR EN LA
CIUDAD DE CHICLAYO 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORES

JENIFER ANGELICA GONZALES CARRION

ROCIO DEL PILAR SEMINARIO CHAVEZ

ASESOR

Mgtr. EDUARDO ARTURO ZÁRATE CASTAÑEDA

Chiclayo, 2019

DEDICATORIA

Queremos dedicar esta tesis a Dios por brindarnos la oportunidad de vivir y a nuestros padres, por ser los pilares fundamentales en todo lo que somos, en toda nuestra educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo para poder alcanzar nuestros objetivos.

AGRADECIMIENTO

A nuestro asesor Eduardo Zárate por brindarnos su tiempo y constante apoyo para seguir adelante con nuestra tesis. De igual manera, al centro del Adulto Mayor del hospital Almanzor Aguinaga por colaborar a lo largo de la investigación.

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de determinar a través de un estudio de mercado el nivel de aceptación de un nuevo centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor en la ciudad de Chiclayo 2017. El enfoque metodológico que se empleó fue de tipo mixto, que es la integración sistemática del método cuantitativo y cualitativo en un solo estudio, a su vez el diseño que se utilizó fue de tipo descriptivo, pues la investigación buscó especificar, describir propiedades, características y rasgos importantes del mercado segmentado. Por otro lado la población fue finita, conformada por adultos entre 65 y 79 años del distrito de Chiclayo existiendo un total de 18,348 Chiclayanos, la muestra fue seleccionada por estratos de edades y se aplicaron un total de 162 encuestas. Así mismo se realizaron entrevistas semi estructuradas a una geriatra y psicóloga, para poder determinar las actividades que los adultos mayores pueden realizar y les aporten beneficios para su salud, así como también la importancia de la socialización, el instrumento fue el cuestionario con preguntas abiertas. Mientras que a los adultos mayores se les aplicó una encuesta, con finalidad de determinar su perspectiva, sus necesidades y requerimientos en cuanto al servicio del centro de esparcimiento. Los resultados obtenidos indicaron que el 96.91% de encuestados respondieron que si les gustaría que exista un lugar donde puedan reunirse, realizar actividades especiales, pasar agradables momentos y compartir temas de su interés con personas de su misma edad. Finalmente, se pudo concluir que si existe un mercado potencial para realizar estos servicios dirigidos al adulto mayor, pues si tiene una buena aceptación por parte del público objetivo, de igual forma existe una demanda insatisfecha por parte de los adultos mayores, puesto que existen servicios para ellos pero no cubren todas sus necesidades.

Palabras clave: Estudio de mercado, centro de esparcimiento, adulto mayor.

Jel Classifications: M30, M39

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the objective of determining through a market study the level of acceptance of a new leisure center aimed at the elderly in the city of Chiclayo 2017. The methodological approach used was of mixed type, which is the systematic integration of the quantitative and qualitative method in a single study, in turn the design that was used was descriptive, because the research sought to specify, describe properties, characteristics and important features of the segmented market. On the other hand, the population was finite, made up of adults between 65 and 79 years of the district of Chiclayo existing a total of 18,348 Chiclayanos, the sample was selected by age strata and a total of 162 surveys were applied. Likewise semi-structured interviews were conducted with a geriatrician and psychologist, in order to determine the activities that older adults can perform and provide them with benefits for their health, as well as the importance of socialization, the instrument was the questionnaire with open questions. While the older adults were given a survey, in order to determine their perspective, their needs and requirements regarding the service of the leisure center. The results obtained indicated that 96.91% of respondents answered that if they would like there to be a place where they can meet, perform special activities, spend pleasant moments and share topics of interest with people of the same age. Finally, it was possible to conclude that if there is a potential market to carry out these services aimed at the elderly, as it has a good acceptance by the target public, there is also an unmet demand from older adults, since there are services for them but they do not cover all their needs

Keywords: Market study, leisure center, older adult.

Jel Classifications: M30, M39

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. MARCO TEÓRICO.....	12
2.1. Antecedentes	12
2.2. Bases Teóricas	16
III. METODOLOGÍA	22
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	22
3.2. Diseño de la investigación.....	22
3.3. Población, muestra y muestreo	23
3.4. Criterios de selección	24
3.5. Operacionalización de variables	25
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
3.7. Procedimientos	28
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos	28
3.9. Matriz de consistencia	29
3.10. Consideraciones éticas.....	30
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	30
4.1. Resultados de la encuesta	30
4.2. Resultados de las entrevistas	33
4.2.1. Entrevista realizada a la psicóloga Aracelli Monteza.....	33
4.2.2. Entrevista realizada a la geriatra Maritza Romero	34
4.3. Discusión.....	35
V. CONCLUSIONES.....	39
VI. RECOMENDACIONES	41
LISTA DE REFERENCIAS	42
ANEXOS.....	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estratificación de la población.....	24
Tabla 2 Operacionalización de variables	25
Tabla 3 Alfa de Cronbach por dimensión	27
Tabla 4 Matriz de consistencia	29
Tabla 5 Resultados adultos mayores separados por géneros y rangos de edades.....	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: ¿Le gustaría que exista un lugar donde pueda reunirse, poder realizar actividades especiales, pasar agradables momentos y compartir temas de su interés con personas de su misma edad?	66
Figura N° 2: ¿Le gustaría que en un solo lugar se puedan realizar deportes tales como natación, fulbito, básquet, atletismo, ciclismo, tenis, etc.?	66
Figura N° 3: ¿Qué tipos de actividades le gustaría realizar?	67
Figura N° 4: ¿Le gustaría que en dicho lugar se ofrezcan servicios adicionales, tales como?	68
Figura N° 5: ¿Qué deportes le gustaría realizar en este lugar?	68
Figura N° 6: ¿Conoce usted algún lugar donde se ofrezcan este tipo de servicios?	69
Figura N° 7: ¿Para usted que significa un centro de esparcimiento?	69
Figura N° 8: ¿Qué característica cree usted que es primordial en un centro de esparcimiento?	70
Figura N° 9: ¿Le gustaría encontrar actividades deportivas y culturales en un centro de esparcimiento donde asistan exclusivamente personas contemporáneas a usted en la ciudad de Chiclayo?	70

I. INTRODUCCIÓN

Según la OMS (2012), hoy en día la población mundial está envejeciendo a pasos acelerados. Entre 2000 y 2050, la proporción de los habitantes del planeta mayores de 60 años se multiplicará casi por dos, pasando del 12% al 22%. Por otro lado señaló que la actividad física para los adultos mayores es de suma importancia para que tengan una mejor calidad de vida y esta consiste en actividades recreativas o de ocio, desplazamientos (Por ejemplo, paseos caminando o en bicicleta), tareas domésticas, juegos, deportes o ejercicios programados en el contexto de las actividades diarias familiares y comunitarias. Afirmó que estas actividades harán que el adulto mayor tenga un mejor estado de ánimo, mejore su estado físico y mental con oportunidades para vivir, aprender y llevar una vida satisfactoria y productiva. Señaló también que lo ideal es integrar a la población, para que las personas de la tercera edad sigan con el espíritu juvenil.

En el Perú, INEI (2015), informó que al 2015, la población adulta mayor (60 y más años de edad) asciende a 3 millones 11 mil 50 personas que representan el 9,7% de la población. También señaló que la esperanza de vida es de 74.6 años en promedio lo que representa un significativo aumento de 15 años en las últimas cuatro décadas. Según el estudio, existen necesidades sociales, culturales, físicas y de recreación que aún no son satisfechas en su totalidad.

A pesar que el Estado peruano brinda servicios a los adultos mayores, estos no son completos y no satisfacen sus necesidades, cabe recalcar que en su mayoría dichos servicios están enfocados específicamente al cuidado médico, excluyendo las otras necesidades ya mencionadas.

En la región de Lambayeque viven un total de 133.333 adultos mayores de 60 años a más, de los cuales 92.254 corresponden a la provincia de Chiclayo, 30.345 a la provincia de Lambayeque y 10.734 a Ferreñafe. (FIAPAM, 2015). Como se observa en la ciudad de Chiclayo existe una cantidad considerable de población del adulto mayor, que con el transcurrir de los años irá en aumento, siendo esta una potencial demanda

para la implementación de negocios dirigidos a este sector de la población. Si bien es cierto el adulto mayor requiere principalmente de médicos y enfermeras para el cuidado de su salud, también es importante atender aquellas necesidades que en muchas ocasiones se dejan de lado como: el entretenimiento, la socialización, las actividades físicas, el cuidado estético, etc.

Actualmente en la ciudad de Chiclayo no existen centros de esparcimiento para el adulto mayor, sólo se puede encontrar dos centros de reposo que se enfocan principalmente en el cuidado del paciente, pero no les ofrecen un servicio de entretenimiento completo ni el espacio adecuado para poder realizar actividades que permitan que su estadía sea más cómoda.

Es por ello que se formuló el siguiente problema, ¿Cuál es la aceptación que existiría en el mercado para un centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor en la ciudad de Chiclayo 2017?

Asimismo se planteó el objetivo general de realizar un estudio de mercado para un nuevo centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor en la ciudad de Chiclayo 2017. Como también tres objetivos específicos, tales como: Determinar la oferta actual de los centros de esparcimiento para el adulto mayor en la ciudad de Chiclayo. Determinar la demanda de los centros de esparcimiento para el adulto mayor en la ciudad de Chiclayo. Y por último, identificar las necesidades y requerimientos del mercado para un centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor.

El presente trabajo científico es importante porque servirá como antecedente para posteriores investigaciones referentes al adulto mayor y a los servicios que requiera. Además servirá como aporte para organizaciones que brindan servicios al adulto mayor, para poder satisfacer las necesidades que surgen en el mercado actual.

Así mismo, se realizó con el fin de determinar la aceptación del mercado para un nuevo centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor en la ciudad de Chiclayo, donde

se analizará tanto la situación actual del adulto mayor y este nuevo servicio. Debido a que en la ciudad de Chiclayo no existen empresas que brindan este servicio.

En lo personal, como estudiantes universitarias, esta investigación nos permitió ampliar nuestros conocimientos y habilidades con respecto a la investigación de mercados, así mismo pudimos conocer a fondo la situación actual que vive este sector tan vulnerable de la población Chiclayana. Esto nos ayudó en nuestro desarrollo tanto personal como profesional.

La presente investigación no contó con un modelo de estudio establecido, puesto que se recolectó información de diferentes autores con respecto a la variable de estudio planteado la cual es el estudio de mercado, logrando de esta manera detallar cada uno de las dimensiones que se presentaron en la investigación, las cuales fueron: oferta, demanda y servicio.

El enfoque metodológico que se empleó fue de tipo mixto. Y a su vez, la recolección de datos de la investigación se llevó a cabo a través de dos fuentes: Fuentes primarias, donde se consideran a la encuesta y entrevista, y a su vez fuentes secundarias a través de la investigación bibliográfica.

El presente estudio de mercado se enfocó principalmente en analizar si existe una demanda potencial para el servicio ya mencionado. Así como también, investigar las necesidades, gustos, preferencias y requerimientos del público objetivo. Para de esta manera conocer las características que los adultos mayores buscan en un Centro de esparcimiento, de acuerdo a cada una de sus necesidades. Puesto que dichas necesidades son muy detalladas y específicas según gustos. Por lo tanto el estudio de mercado busca analizar el nivel de aceptación de un centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor, de acuerdo a lo que el adulto mayor busca en este tipo de servicio.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Para la presente tesis se requirió el análisis de estudios ya realizados anteriormente, de los cuales se rescataron los antecedentes más importantes y necesarios, que sirvieron como base para la realización de esta investigación.

Ugarte, (2015) en su tesis planteó como objetivo general identificar negocios potenciales de servicios al adulto mayor en la provincia de Chiclayo. Sus resultados establecieron, que el Estado peruano está intentando satisfacer a los adultos mayores pero no se abastece, además que los servicios que ofrece el Estado siempre tienen deficiencias; lo que significa una oportunidad para el capital privado, así mismo dicho estudio ha identificado que el servicio de “Centro de Día” es un negocio de alto potencial en la provincia de Chiclayo, pues al mezclar servicios de salud física y salud mental (entretenimiento) hace que tenga gran demanda de la población adulta mayor, otro de los negocios potenciales en la provincia de Chiclayo son el club y centro de diversión, siendo muy parecido a un centro de día, pero con la diferencia que es exclusivo en entretenimiento y social.

Cabrejos. y Nanfunay (2014) plantearon en su tesis el objetivo: Determinar la viabilidad para la creación de un centro del adulto mayor en la ciudad de Chiclayo. Para la presente investigación se desarrolló el estudio del mercado aplicando encuestas, y encontrando buena aceptación para el centro, como también se determinó los costos y gastos implicados en la realización de la operatividad de la empresa, encontrando que dicha inversión a realizar en un periodo determinado se obtuvo buenos resultados, que expresados en términos económicos hay rentabilidad. La tesis finalmente concluye que sí, es viable la implementación de un centro del adulto mayor, ya que existe una demanda insatisfecha, además de obtener resultados positivos luego del análisis de rentabilidad. Así mismo también señala con respecto al mercado y a las necesidades requeridas se ha centrado que los servicios a los adultos mayores mejorará su condición de vida, con un atención personalizada, brindándoles una mayor socialización y una

recreación asegurada. Lo cual les facilita la participación activa, concertada y organizada de las personas adultas mayores a desarrollar lazos de mutuo conocimiento y amistad.

Marín, (2002) en su tesis señaló como objetivo: Determinar si el uso de la recreación en el tiempo libre mejora los aspectos psicosociales "autoestima y redes sociales" del adulto mayor. El estudio fue aplicado a 80 adultos mayores, correspondientes a las edades entre 65 y 80 años de edad de ambos sexos, seleccionando a 40 de ellos pertenecientes al grupo de baile La Bella época del INAPLEN y los 40 restantes fueron adultos mayores seleccionados al azar en los alrededores del mismo centro, pero que no practican algún tipo de recreación. Dicha investigación concluyó que el estado anímico de los que acuden a un lugar a realizar sus prácticas recreativas, es muy diferente a los que no lo realizan. Estos se desenvuelven con toda la facilidad y la confianza para poder entablar una mejor conversación, y se sienten muy útiles e importantes para aportar algo más a la sociedad. Caso contrario ocurrió con los adultos mayores que no practican recreación, algunos son reservados o evasivos, incluso su estado de ánimo es deprimente en la mayoría de este grupo. Finalmente se puede afirmar que existe una diferencia significativa entre los adultos mayores que practican alguna actividad recreativa en cuanto a sus relaciones sociales así como su autoestima, con los que no practican.

Pleson, Nieuwendyk, Lee, Chaddah, Nykiforuk y Schopflocher, (2014) en su artículo detallaron que a medida que la población mundial envejece, existe una creciente necesidad de entornos comunitarios para apoyar la actividad física y las conexiones sociales para adultos mayores. Este estudio, por medio de observaciones directas de siete espacios verdes y 19 entrevistas estructuradas. Estadística descriptiva de observaciones utilizando el Sistema de Observación de juego y la recreación en las comunidades (SOPARC) confirmaron que los adultos mayores utilizan extensamente los parques de Taipei. Este análisis de entrevistas admiten las siguientes recomendaciones para las personas de edad vivir activamente las iniciativas de los adultos mayores: hacer espacios verdes accesibles a los adultos mayores; organizar una variedad de actividades estructuradas que atraen a los adultos mayores, especialmente por la mañana; equipar

espacios verdes para una actividad física adecuada a la edad; y promover las ventajas de salud de espacios verdes para los adultos mayores. El estudio concluyó que las relaciones sociales positivas y la participación en la actividad física, además, la cercanía de los espacios verdes a las residencias de adultos mayores facilitó el uso de los espacios por los adultos mayores. La creación de espacios amigables para la edad comienza con el abordaje de las necesidades de salud de los adultos mayores. Estos espacios verdes los adultos mayores con un sentido de seguridad, fomentan los lazos sociales y comunitarios.

Singh y Kiran, (2014) en su artículo afirmaron que la recreación juega un papel clave en el bienestar de los adultos mayores y en la mejora de su calidad de vida. Para las personas mayores, como para las personas de todas las edades, la participación en actividades recreativas puede satisfacer una variedad de necesidades. Entre los beneficios importantes de la recreación para la población de la tercera edad está el aumento de la salud y la forma física, así como oportunidades para socializar, para usar las habilidades y talentos desarrollados a lo largo de su vida y para aprender nuevas habilidades. El objetivo de este artículo fue hacer hincapié en diversas actividades recreativas para los ancianos. Estas actividades son muy útiles para ellos, ya que pueden pasar su tiempo libre y disfrutar realizando tareas interesantes. La población mayor es bastante variada, con una diversidad de intereses, fortalezas y habilidades. Algunas personas mayores han disfrutado de un uso positivo del ocio a lo largo de su vida y pueden encontrar actividades apropiadas para adaptarse a sus cambiantes habilidades e intereses físicos. Otros adultos mayores, sin embargo, pueden no estar al tanto de los posibles valores positivos de la recreación

Hickerson, Moore, Oakleaf, Edwards, James, Swanson y Henderson (2008) en su artículo señalaron que el propósito de su investigación fue explorar las funciones de una comunidad Senior Center (CSC) en la promoción de la actividad física entre los adultos mayores. Las personas viven más tiempo, y el número de personas mayores está creciendo rápidamente. Por lo tanto, examinar cómo la actividad física puede ser facilitado tiene implicaciones que pueden llevar a los adultos mayores y comunidades

más saludables. Salud y bienestar son influenciados por múltiples facetas dentro del individuo, así como en entornos físicos y sociales. Este estudio así mismo confirma la importancia de un enfoque ecológico social para la promoción de la salud a través de parques y recreación. Aunque la mayoría de los programas de recreación se basan en la idea de que son muchos los factores que pueden influir en la motivación del individuo para participar, este estudio destacaron la intencionalidad relacional necesaria a fin de que cuestiones tales como el apoyo social y el reconocimiento de los pares están reforzados. Aunque las instalaciones adecuadas y apoyo organizacional son requisitos previos, de estas oportunidades no solo contribuyen a adultos más saludables físicamente sin abordar otros aspectos personales y relacionales.

Kang y Russ (2009) en su artículo afirmaron que el creciente interés en el envejecimiento saludable coincide con el modelo de bienestar de toda la persona integral que incluye la violencia física, emocional, espiritual, intelectual, profesional y social. El estudio informó que se examinaron las actividades para adultos mayores en centros comunitarios rurales a través de una encuesta de correo enviado a los directores de los centros comunitarios de Oklahoma. Un seguimiento de las visitas a los centros y entrevistas con los directores fueron realizadas. Los resultados indicaron que el 16% de los centros ofrece actividades para todas las seis dimensiones y que los adultos mayores generan muchas actividades. Para dar cabida a las actividades en un centro de la comunidad rural, programas de estas diversas actividades, deben ser abordados.

Whisnant (2008) en su estudio profundizó la exploración de lo que ofrecen los centros para personas mayores, quiénes participan y qué obtienen. El personal del centro encuestó a 856 participantes en 27 centros para personas mayores con respecto a las características personales, la participación en el programa y la adquisición de información vital. De igual forma señaló que aunque los centros para personas mayores se consideran conductos para actividades grupales y enriquecimiento para ciudadanos mayores, esta investigación indicó que las características personales de los participantes ejercen una influencia notable en la experiencia y los beneficios percibidos de las actividades realizadas en centros para personas mayores. Estos hallazgos deberían

interesar a los proveedores de servicios y defensores del envejecimiento que consideran el centro de personas mayores como un vehículo importante para mejorar la vida independiente de los adultos mayores.

2.2. Bases Teóricas

La presente investigación no contó con un modelo de estudio establecido, puesto que se recolectó información de diferentes autores con respecto a la variable de estudio planteado la cual es el estudio de mercado, logrando de esta manera detallar cada uno de las dimensiones que se presentaron en la investigación.

Según Malhotra (1997) los estudios de mercado describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor.

Por otro lado, Kotler, Bloom y Hayes (2004) detallaron que el estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.

Así mismo Randall (2003) define el estudio de mercado como la recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing.

Santesmases (2012) considera que el estudio de mercado o la investigación comercial, es la búsqueda de análisis sistemático y objetivo de la información relevante para la identificación y solución de cualquier problema de marketing. También indica que las fases fundamentales para realizar un estudio de mercado son: el diseño de la investigación, la obtención de la información, tratamiento y el análisis de datos y por último la interpretación de los resultados y conclusiones, pues todo ello permitirá a la dirección comercial tomar mejores decisiones.

A continuación se detallarán las dimensiones de la variable de estudio planteada, luego de la revisión de diferentes fuentes bibliográficas, donde se seleccionaron las que contribuirán en la investigación.

Grande (2005) define a los servicios como un conjunto de acciones, prestaciones o esfuerzos, tangibles o intangibles, que benefician a las personas, sus derechos o las cosas de su propiedad.

Del mismo modo, Peña y Díaz (2016) afirmaron que, los servicios pueden ser definidos como sistemas complejos que organizan recursos (personas, tecnologías, organizaciones e información) de forma dinámica para poder llevar a buen fin una actividad profesional concreta con pretensiones de crear valor, económico y social, las relaciones entre agentes diversos (proveedores, clientes e instituciones). Así mismo manifestaron que, el servicio tiene cuatro características claves, presentes casi en la totalidad de los servicios, las cuales son:

Intangibilidad: Los servicios son por naturaleza intangibles, al estar formados por ideas, conceptos e informaciones que difícilmente se pueden experimentar por los sentidos antes de la compra.

Inseparabilidad: La inseparabilidad de la producción y el consumo supone un contacto permanente con el cliente.

Heterogeneidad: Los servicios, en la medida que son personalizados y requieren la colaboración de los clientes, son heterogéneos.

Caducidad / Carácter perecedero: Otra característica esencial de los servicios es que son perecederos, es decir, no se pueden almacenar para consumir en un momento posterior, la producción y consumo son inmediatos, por tanto, tampoco hay inventario.

Publishing (1994) indica que los objetivos del servicio se basan en dar mantenimiento a los clientes de una empresa, incrementar la retención de clientes y por ultimo desarrollar y consolidar nuevos clientes. Si una empresa logra mantener un buen servicio que le permita alcanzar los tres objetivos, se obtendrá importantes beneficios como: El incremento de la lealtad de los clientes, Incremento de ventas, aumento de participación de mercado, proyectar una mejor imagen y reputación. También indica que un beneficio es el uso positivo que una persona hace de una característica del producto o servicio, y que le ayuda a cubrir una necesidad o deseo específico. Las personas buscan

un beneficio para resolver sus problemas, mejorar su salud, entretenimiento, mejorar sus relaciones, etc.

Una de las dimensiones de la investigación es la oferta, la cual Mochón (2009), define como la cantidad ofrecida de un bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender que desean y pueden vender, en un periodo de tiempo determinado. El lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir, ofrecer y vender sus productos y servicios. El análisis de la oferta además permitirá a estudiar las distintas características de las empresas que ofrecen servicios en el mismo mercado.

De igual forma Kotler y Armstrong (2007), explican que las necesidades y los deseos de los consumidores se satisfacen con una oferta de marketing, es decir, cierta combinación de productos, servicios, información y experiencias ofrecidas a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo. Igualmente señala que las ofertas de marketing no se limitan a productos físicos. También engloban servicios, actividades o beneficios que se ofrecen en venta, que son básicamente intangibles y que no derivan en la posesión de algo. De manera más general, las ofertas de marketing también incluyen otras entidades como personas, lugares, organizaciones, información e ideas.

Dentro de la oferta se encuentra el indicador tipos de servicio, donde Saldaña y Cervantes (2000) señalan que los servicios pueden clasificarse conforme a diversos criterios. Por la índole del servicio, pueden ser servicios personales y productos intangibles. Por el objeto sobre el que se realiza el servicio pueden ser referidos a bienes o referidos a personas. Por el sitio donde se presta el servicio o forma de distribución pueden ser en la sede del prestador, en el domicilio del usuario, por emisiones y distribución masivas y por redes electrónicas.

Por último se tiene como indicador a la competencia, donde Kotler y Keller (2006) señalan que la competencia implica todas las ofertas y los productos, servicios sustitutos rivales que un comprador puede tener en cuenta a la hora de decidir su compra. Así mismo, la definen como un conjunto de empresas que satisfacen la misma necesidad al cliente. Los competidores más cercanos son aquellos que persiguen el

mismo mercado meta con la misma estrategia. Son todos los ofrecimientos reales, potenciales y los sustitutos que, un comprador puede considerar.

Como última dimensión se encuentra la demanda, en la cual Ávila (2003), señala que expresa las actitudes y preferencias de los consumidores por un artículo, mercancía o servicio. Es decir, la demanda de una mercancía (bien) es la cantidad de ella que el individuo estaría dispuesto a comprar, en un momento dado, a los diversos precios posibles. Ésta, no es una simple cantidad de un producto, sino que es toda una relación o lista de las cantidades de una mercancía que los compradores estarían dispuestos a adquirir a los diversos precios posibles.

De igual forma Kotler y Armstrong (2007), menciona que cuando las necesidades están respaldadas por el poder de compra, se convierten en demandas. A partir de sus deseos y sus recursos, las personas demandan productos o servicios cuyos beneficios sumen la mayor cantidad de valor y de satisfacción.

Se tiene como primer indicador, a la necesidad, donde los autores Arellano, Molero y Rivera (2000) indican que es la conciencia de la falta de algo que se requiere para sobrevivir físicamente y/o para sentirse bien. La motivación se define como la búsqueda de la satisfacción de la necesidad. El deseo es la fuerza que conduce a una persona con una carencia alimentaria consciente (necesidad), a su satisfacción por medio de ciertas marcas de productos.

Del mismo modo Kotler y Armstrong (2007) las necesidades humanas son estados de carencia percibida e incluyen las necesidades físicas básicas de alimento, ropa, calor y seguridad; las necesidades sociales de pertenencia y afecto; y las necesidades individuales de conocimientos y expresión personal. Contrario a lo que muchos piensan, dichas necesidades no fueron creadas por los responsables del marketing, sino que forman una parte básica de la vida de los seres humanos.

Como segundo indicador se consideró a los requerimientos, donde Saldaña y Cervantes (2000) los definen como el grupo de reglas o normas necesarias para llevar a cabo una actividad de manera correcta o satisfactoria según las descripciones dadas por

el comprador solicitante, en caso de no cumplir con ciertos requerimientos no se permitirá realizar ciertas o todas las actividades por el organismo, institución, empresa o individuo solicitante. También afirman que la agrupación de las necesidades y deseos del consumidor identificados dentro del mercado se traducen primero en señales y posteriormente en requisitos básicos que las empresas deben considerar en el momento de establecer relaciones comerciales con grupos definidos de consumidores.

Por otro lado se tiene como indicador a la percepción, que por su parte Rivera y López (2012) plantean que es la idea que nos formamos sobre los productos, los vendedores y la misma empresa, éstos pueden influir en diferentes grados en la evaluación, compra y consumo de los bienes y servicios. Es considerado también la imagen mental que se forma con ayuda de la experiencia y necesidades, siendo resultado de un proceso de selección, interpretación y corrección de sensaciones.

También se tuvo como indicador a las actitudes, que según Pintado (2008) manifiesta que son el grado en que la persona alberga sentimientos positivos o negativos, favorables o desfavorables, hacia un objeto; las actitudes se basan en sentimiento y reacciones hacia las cosas, surgen habitualmente de los valores que los individuos dan a las cosas que los satisfacen; dichas actitudes que se desarrollan son la experiencia personal, la pertenencia a grupos y las personas importantes.

Como último indicador se tuvo al estilo de vida, que Solomon (2008) lo define como un patrón de consumo que refleja las decisiones de la gente sobre la forma en que gasta su tiempo y su dinero. En un sentido económico, el estilo de vida representa la manera en que uno decide distribuir los ingresos, tanto en términos de distintos productos y servicios, como de las alternativas específicas dentro de esas categorías. Una perspectiva de marketing de estilos de vida reconoce que las personas se separan en grupos con base en las cosas que les gustan, en la forma en que pasan su tiempo libre y en la manera en que deciden gastar sus ingresos.

La Biblioteca Nacional de Medicina de los EE.UU (2015), señala que el ejercicio y la actividad física benefician a casi todas las personas, incluidos los adultos mayores. Y a su vez existen cuatro tipos de actividades: En primer lugar se encuentran las actividades de resistencia, o aeróbicas que aumentan la respiración y la frecuencia cardíaca; algunos ejemplos son las caminatas o correr, bailar, nadar y andar en bicicleta. Otros tipos de actividades son los ejercicios de fuerza que fortalecen los músculos; por ejemplo levantar pesas o usar bandas elásticas puede fortalecer al adulto mayor. Así mismo, los ejercicios de equilibrio ayudan a prevenir caídas. Y por último, los ejercicios de flexibilidad estiran los músculos y pueden ayudar a que su cuerpo permanezca relajado.

Según los especialistas de la Sociedad de Geriátría y Gerontología de Chile (2016), afirman que la actividad mental en los adultos mayores es indispensable para conservar las capacidades intelectuales. La buena memoria, el aprendizaje, el lenguaje, las destrezas manuales, la capacidad de hacer cálculos matemáticos y de realizar actividades artísticas (como música, danza, poesía, etc.), depende de cuánto se ejerciten estas habilidades. Mientras más activos, mantendrán un mejor rendimiento y por más tiempo. Por otra parte, si han perdido alguna de estas capacidades, pueden recuperarla con un trabajo adecuado.

También señalan que la actividad social es importante para mejorar su calidad de vida, y a su vez les recomiendan reunirse con sus amigos, salir a bailar, a conversar, asistir a reuniones sociales. Es ideal que los adultos mayores gocen de una buena vida social, disfrutar de los lazos afectivos fuertes, de la pareja, hijos, familia, amigos y otros grupos sociales.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

El enfoque metodológico que se empleó fue de tipo mixto, que es la integración sistemática del método cuantitativo y cualitativo en un solo estudio, cuantitativo porque permitió examinar los datos de manera numérica y cualitativo ya que se identificó la naturaleza profunda de las realidades del mercado; el enfoque mixto se realizó con el fin de obtener una “fotografía” más completa de la investigación, ya que así se pudo describir, ver un panorama completo de lo que realmente requiere el mercado del adulto mayor (Hernández y Fernández 2010).

El diseño fue de tipo descriptivo, pues la investigación buscó especificar, describir propiedades, características y rasgos importantes del mercado segmentado. Se buscó describir cada punto en la investigación como las características de un centro de esparcimiento, ver las necesidades del mercado del adulto mayor entre otros (Hernández y Fernández 2010).

El alcance empleado fue observable, ya que no hubo manipulación de variables y solo se enfocó en describir al mercado objetivo, y a su vez transversal, puesto que en dicha investigación se realizó en la ciudad de Chiclayo, durante el año 2017.

3.2. Diseño de la investigación

El presente estudio fue de tipo transversal puesto que se desarrolló en un período determinado (2017).

3.3. Población, muestra y muestreo

La presente investigación tuvo como población objeto de estudio a los adultos mayores que tienen entre 65 y 79 años de edad que pertenecen al distrito de Chiclayo. La población fue finita y no hubo distinción de género, raza, religión ni aspectos sociales, siendo un total de $N = 18,348$ adultos mayores Chiclayanos (INEI, 2015)

La muestra fue finita y se aplicó la siguiente fórmula estadística para determinar la muestra.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

Z= Nivel de confianza 1.28 (nivel de confianza 90)

N= Población 18,348

p= Probabilidad a favor 0.50

q= Probabilidad en contra 0.50

E= Error de estimación 0.05

n= Tamaño de la muestra 162

La muestra que se utilizó en esta investigación fue de 162 personas adultas del distrito de Chiclayo, ésta sirvió para posteriormente encontrar sus necesidades y requerimientos en cuanto al servicio.

Se utilizó un muestreo Probabilístico porque cualquier individuo puede ser seleccionado y será estratificado, debido a que se dividió a las personas en grupos o estratos. La muestra se eligió, escogiendo en cada estrato un número representativo adultos mayores entre 65 y 79 años de edad (Ver tabla N° 1)

Tabla 1

Estratificación de la población

Personas entre las edades	65 y 69 años	70 y 74 años	75 y 79 años
Total de población por estratos	8,191	5,824	4,333
% de la población total	45%	32%	23%
N° de encuestas	73	52	37

Fuente: Elaboración propia

3.4. Criterios de selección

Se encuestó a los adultos mayores en lugares estratégicos, como en sus hogares, en el Centro del adulto mayor del hospital Almanzor Aguinaga Asenjo, en la plazuela Elías Aguirre, en la plaza de Armas y también en el estadio Elías Aguirre. De tal manera que puedan responder la encuesta con tranquilidad.

3.5. Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
ESTUDIO DE MERCADO	Es la búsqueda de análisis sistemático y objetivo de la información relevante para la identificación y solución de cualquier problema de marketing. (Santesmases 2012)	SERVICIO	Definición
			Características
			Beneficios
		OFERTA	Tipos de servicio
			Competidores
		DEMANDA POTENCIAL	Necesidades
			Requerimientos
			Percepción
			Actitudes
			Estilos de vida

Fuente: Elaboración propia

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La presente investigación no contó con ningún modelo específico, ya que la variable se ha construido en función a diferentes autores que se han planteado en la investigación.

La recolección de datos de la investigación se llevó a cabo a través de dos fuentes: Fuentes primarias, donde se consideran a la encuesta y entrevista, y a su vez fuentes secundarias a través de la investigación bibliográfica.

Se aplicaron 2 entrevistas semi estructuradas a especialistas (geriatra y psicólogo) que sirvieron como complemento a la encuesta, la cual se realizó a los adultos mayores sobre servicios dirigidos al adulto mayor, para poder determinar ciertas características con respecto a este servicio. El instrumento fue el cuestionario con preguntas abiertas y cerradas, constará de 3 preguntas en un tiempo de media hora. Se siguió una secuencia lógica, precisa de tal manera que el entrevistado no se desoriente del tema para poder realizar de manera adecuada la entrevista, así mismo el tiempo establecido para realizar la entrevista fue respetado, para de esta manera no sea incómodo para el entrevistado. (Ver anexo 3)

Mientras que al adulto mayor se le aplicó una encuesta, con finalidad de determinar sus necesidades y requerimientos con respecto a un nuevo servicio de centro de esparcimiento. El instrumento fue el cuestionario, que contó con preguntas cerradas y también de opción múltiple, donde se iniciará con los datos generales del encuestado, tales como: edad y sexo, luego se procedió con las preguntas planteadas, que serán un promedio de doce. El cuestionario fue formulado con preguntas claras y precisas para que el encuestado no tenga ningún inconveniente en su desarrollo, a su vez el número de preguntas fue corto para que de esta manera el encuestado no pierda mucho tiempo. (Ver anexo 3)

Las fuentes bibliográficas empleadas en la investigación fueron recopiladas de libros y revistas científicas, de los siguientes autores: Malhotra (1997), Mochón (2009) y Kotler (2007), los cuales sirvieron para el desarrollo de la presente investigación.

Para la validación del instrumento se utilizó el llamado juicio de expertos, dónde se contó con la cooperación de 3 especialistas en el tema de estudios de mercado y marketing. Los cuales realizaron un diagnóstico a cada una de las preguntas planteadas en los cuestionarios tanto de la encuesta como de las entrevistas para de esta manera poder determinar la validez de los instrumentos. (Ver anexo 4)

Así mismo, se utilizó el método de Lawshe que permitió evaluar los resultados de cada experto, alcanzando así un nivel de concordancia del 96.3% en la encuesta y por otro lado las entrevistas tanto para el geriatra y el psicólogo obtuvieron 88.9% y 100% respectivamente, los cuales indica que según los expertos el instrumento es apto y valido para ser aplicado. (Ver anexo 5).

3.6.1. Análisis de fiabilidad de la recolección de datos de la muestra

Se determinó la confiabilidad del instrumento mediante el análisis de confiabilidad del Alfa de Cronbach que mide la solidez interna de cada dimensión (Ver anexo 6), dando como resultado:

Tabla 3

Alfa de Cronbach por dimensión

DIMENSIONES	ALFA DE CRONBACH	APRECIACIÓN
SERVICIO	0.668	MINIMAMENTE ACEPTABLE
OFERTA	0.709	RESPETABLE
DEMANDA	0.723	RESPETABLE

Fuente: Elaboración propia

3.7. Procedimientos

La presente encuesta se realizó a los adultos mayores hombres y mujeres de las edades de 65 – 79 años en lugares específicos como: El centro del adulto mayor en el hospital Almanzor Aguinaga, así mismo en la plazuela Elías Aguirre, en el estadio Elías Aguirre al club del adulto mayor Vida Activa, en distintos domicilios para obtener la información detallada que se requiere para la presente investigación.

Para la entrevista se interrogó a la geriatra Maritza Romero en el hospital de la solidaridad y a la psicóloga Araceli Monteza en su centro laboral “Santa María Reina” las cuales nos respondieron las preguntas planteadas que se realizaron, obteniendo una importante información por parte de ambas partes.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

El procesamiento de la información se realizó en el programa estadístico SPSS para los datos obtenidos por la encuestas, también algunos cálculos auxiliares la hoja de cálculo Excel. Mientras que la información recolectada en las entrevistas serán grabadas con una cámara digital, y luego se las ordenó en el programa Word. Para de esta forma determinar la demanda, la oferta, las necesidades y requerimientos de un nuevo centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor en la ciudad de Chiclayo 2017.

Cabe recalcar que mediante la encuesta y las entrevistas que se realizaron a lo largo de la presente investigación, se logró obtener información de suma importancia para el desarrollo del estudio de mercado, que a su vez también sirvió para poder cumplir los objetivos planteados de una forma más óptima.

3.9. Matriz de consistencia

Tabla 4

Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Escala	Metodología	Población
¿Cuál es la aceptación que existiría en el mercado para un centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor en la ciudad de Chiclayo 2017?	<p>Objetivo general:</p> <p>Realizar un estudio de mercado para un nuevo centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar la oferta actual de los centros de esparcimiento para el adulto mayor en la ciudad de Chiclayo.</p> <p>Determinar la demanda de los centros de esparcimiento para el adulto mayor en la ciudad de Chiclayo.</p> <p>Identificar las necesidades y requerimientos del mercado para un centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor.</p>	<p>Si existe aceptación por parte del mercado chiclayano para un centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor</p> <p>1. Existe oferta actual de los centros de esparcimiento para el adulto mayor en la ciudad de Chiclayo.</p> <p>2. Si existe demanda de los centros de esparcimiento para el adulto mayor en la ciudad de Chiclayo.</p> <p>3. Existe una gran variedad de necesidades y requerimientos.</p>	Estudio de mercado	Servicio Oferta Demanda Potencial	Nominal	Mixta	<p>Personas entre las edades 65 y 79 años</p> <p>Muestreo probalístico aleatorio simple</p> <p>Nivel de confianza: 90%</p> <p>Población: 18,348</p>

Fuente: Elaboración propia

3.10. Consideraciones éticas

Se declara no tener conflictos de interés.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados de la encuesta

Se entrevistó a un total de 162 adultos mayores de la ciudad de Chiclayo. De los cuales 81 fueron de sexo masculino y 81 de sexo femenino. Donde se encontró 37 varones que tienen entre 65 - 69 años, 29 se encuentran en el rango de 70 – 74 años y 15 entre 75 – 79 años. Por otro lado, 36 mujeres tienen entre 65- 69 años, 23 pertenecen al rango de 70 – 74 años y 22 entre 75 y 79 años de edad. Esto confirma los datos obtenidos del INEI, donde indicaron que en Chiclayo existe una cantidad considerable de adultos mayores que se encuentran entre las edades de 65 – 79 años de edad, lo cual afirma que en dicha ciudad existe un mercado potencial para poder ofrecer una gran variedad de servicios dirigidos a este segmento. (Ver anexo 7).

El 96.91% de encuestados concordó que si les gustaría que exista un lugar donde pueda reunirse, realizar actividades especiales, pasar agradables momentos y compartir temas de su interés con personas de su misma edad. Mientras que sólo el 3.09% señaló que no les gustaría que exista este tipo de lugares. Esto señala que los adultos mayores chiclayanos están dispuestos a asistir a lugares que contribuyan con su bienestar y de esta forma mantenerse activos. (Ver anexo 7)

Al 90.74% del total de adultos mayores encuestados sí les gustaría que exista un lugar en el que puedan realizar deportes con sus contemporáneos, mientras que al 9.26% de los encuestados no optarían por un lugar así. Cabe recalcar que para los adultos mayores es importante realizar deporte sobre todo si se practica con personas de su misma edad, ya que tienen el mismo ritmo de actividad. (Ver anexo 7).

Las actividades físicas y artísticas son de suma importancia para los adultos mayores. Es por ello que la actividad de más gusto para dicho segmento fue el baile ya que el 56.17% de los encuestados señalaron a esta actividad como su favorita, seguido de las manualidades con un 20.37%, teatro y repostería con una preferencia no significativa del 8.64%. Por otro lado, las clases de cómputo (redes sociales) no es una actividad que sea del interés de la mayoría de encuestados, puesto que sólo al 2.47% les gustaría recibir dichas clases. Dichas actividades permiten a los adultos mayores salir de la rutina, llenarse de energía y tener una motivación que lo ayuden a envejecer de forma positiva. (Ver anexo 7).

El 28.40% de adultos mayores encuestados optaron por el servicio adicional de gimnasio, el 27.16% de peluquería, el 16.67% optaron por el servicio adicional de restaurante, el 14.81% el servicio de sauna, y por último el 11.11% señaló que les gustaría el servicio de taxi. Estos servicios son un complemento importante para lograr satisfacer las diferentes necesidades y requerimientos que los adultos mayores Chiclayanos poseen. Dicho segmento afirma que prefiere un gimnasio adaptado a ellos que cuente con un personal especializado y también con implementos adecuados, de igual forma sucede con el servicio de peluquería, donde buscan un trato personalizado y mantener cuidada su imagen. (Ver anexo 7).

Para el adulto mayor los deportes son significativos para poder mantenerse activos en todo lo funcional de su cuerpo, y a su vez esto le permite relacionarse con sus contemporáneos. El 50.00% del total de adultos mayores encuestados señalaron que el deporte que prefieren es la natación, así mismo el 27.22% manifestó que el deporte que les gustaría realizar es el fútbol. Mientras que en menor porcentaje fue el ciclismo con un 2.53% de preferencia por parte de los encuestados. Cabe señalar que los adultos mayores consideran que el deporte más completo para realizar una actividad física es la natación porque contribuye al mejoramiento de su calidad de vida. (Ver anexo 7).

El 65.43% manifestó que no conoce un lugar o establecimiento donde pueda reunirse, hacer deportes y actividades con personas de su misma edad. Mientras que el

34.47% afirmó que sí conoce un lugar de este tipo. Esto permite ver que la mayoría de los adultos mayores desconocen y afirman que no existe un establecimiento de este tipo. (Ver anexo 7).

Para el 35.19% de los encuestados indicaron que un centro de esparcimiento significa un “Lugar de relajación”, mientras que para el 29.01% significa un “Lugar de socialización”, para el 21.37% es un “Lugar de entretenimiento” y para el 15.43% significa un “Lugar para realizar actividades”. (Ver anexo 7).

Para un representativo 55.56% del total de encuestados la característica primordial de un centro de esparcimiento es la seguridad, seguido de una buena infraestructura con un 28.40%, así mismo el 11.11% señaló que la atención personalizada es importante. Mientras que el 4.94% señaló que para ellos es primordial tener unas amplias áreas de deporte. El adulto mayor prefiere a la seguridad como característica primordial debido a la inseguridad que hoy en día atraviesa la ciudad de Chiclayo, y que ellos están más propensos a sufrir de algún tipo de daño. (Ver anexo 7).

La gran mayoría del total de encuestados (96.91%) señalaron que si les gustaría que exista un centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor en la ciudad de Chiclayo, mientras que al 3.09% no están interesados en este tipo de establecimiento. Esta información comprueba que un centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor si tendría aceptación en la ciudad de Chiclayo, porque el segmento al que va dirigido lo necesita. (Ver anexo 7).

4.2. Resultados de las entrevistas

4.2.1. Entrevista realizada a la psicóloga Aracelli Monteza

Según su experiencia ¿Qué actividades culturales, recreativas- mentales prefieren los adultos mayores?

Entrevistado: Considerando algunos casos ya trabajados algo muy útil que les serviría es la Natación en cuanto deportes físicos. En cuanto a la natación el tema del agua les ayuda a mucho en la salud ya que fortalece la masa muscular y se tiene una mayor flexibilidad.

Con lo que respecta a las actividades recreativas - mentales, la lectura es muy importante ya que eso es lo que les llama la atención al igual que la pintura, sembrar plantas. Eso hace que el adulto mayor se sienta útil y que se mantenga activo.

El baile es una actividad recreativa que ayuda mucho al adulto mayor ya que estimula la socialización y fomenta el sentido de humor. Les gustan los tipos de Bailes que hayan disfrutado en su época como el vals entre otros.

Estas actividades son muy importantes porque ayudan a mejorar la calidad de vida del adulto mayor tanto física y mental ya que mejoran su rendimiento y su capacidad.

¿Cree usted que la socialización es importante para el adulto mayor? ¿De qué manera contribuye en su desarrollo?

Entrevistado: La socialización para todos es algo muy importante ya que somos seres sociables por naturaleza y para el adulto mayor es una oportunidad para compartir sus experiencias y conocimientos ya adquiridos a través del tiempo.

El tema de la socialización ayuda a que ellos puedan compartir a adultos, niños y jóvenes todo lo bueno que han podido adquirir. Experiencias positivas que ayuda a su mente y que esta esté centrada solo en experiencias buenas que han tenido y no pensar en ideas negativas.

¿Por qué un adulto mayor se puede llegar a deprimir?

Entrevistado: A esta edad ellos han experimentado muchas cosas, el físico ya no es igual. Se sienten “inútiles” piensan que ya que no tienen la misma habilidad, no responden igual y eso hace que los pensamientos cambien. Se llegan a deprimir porque ya no se sienten útiles, pues ellos siempre han estado acostumbrados a ser quienes guían a la familia en la parte social, conductual, económico.

4.2.2. Entrevista realizada a la geriatra Maritza Romero

Según su experiencia ¿Qué ejercicios físicos o deportes son los más adecuados para el adulto mayor?

Entrevistada: Contar con una validación de riesgica integral que nos lleva a descartar cual es la evidencia del ejercicio que más se adecua a ellos en primer lugar, ya que ellos no tienen la misma habilidad, destreza. El ejercicio debe ser individualizado y en segundo lugar lo que más nos ayuda para mantener la capacidad de independencia en los adultos mayores es la resistencia y sobre todo los ejercicios cardiovasculares.

¿Por qué es importante la actividad física en el adulto mayor?

Entrevistada: Esta demostrado en múltiples estudios que los ejercicios nos ayudan mucho en dos aspectos: en la capacidad funcional la que se mide a través de la velocidad de marcha disminución de caídas y el estado anímico del adulto mayor puesto que ellos aumentan su autoestima y la valoración que ellos tienen de sí mismos

¿Cuáles son las enfermedades más comunes que presenta el adulto mayor?

Entrevistada: Las enfermedades más comunes son las cardiovasculares como la hipertensión arterial, insuficiencia cardiovascular enfermedades endocrinas como la diabetes mellitus y las enfermedades articulares como la artritis y la osteoporosis.

4.3. Discusión

Luego de haber analizado e interpretado la información obtenida sobre las necesidades del adulto mayor, sus requerimientos con respecto al lugar ideal para ellos; así como también las características que un centro de esparcimiento debe poseer para poder satisfacerlos y también los beneficios que éste les brinda en esta etapa de su vida podemos decir que si existe demanda para un centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor. Todo esto se consideró tras realizar un estudio de mercado, el que indicó lo que espera obtener el público objetivo de este tipo de servicio.

Martín y Díaz (2016) afirmaron que, los servicios pueden ser definidos como sistemas complejos que organizan recursos (personas, tecnologías, organizaciones e información) de forma dinámica para poder llevar a buen fin una actividad profesional concreta con pretensiones de crear valor, económico y social, las relaciones entre agentes diversos (proveedores, clientes e instituciones).

Después de haber realizado el estudio de mercado se puede confirmar lo dicho por Martín y Díaz, puesto que un centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor es un servicio que requiere de diferentes recursos y características para que este logre un adecuado funcionamiento y pueda tener aceptación del público objetivo. Es por ello, que intervienen especialistas de la salud, de recreación, deportes, seguridad, entre otros; además de una buena y amplia infraestructura donde se realicen las diversas actividades de una forma cómoda y segura para el adulto mayor.

Mochón (2009), define la oferta como la cantidad ofrecida de un bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender que desean y pueden vender, en un periodo de tiempo determinado. El lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir, ofrecer y vender sus productos y servicios. El análisis de la oferta además permitirá a estudiar las distintas características de las empresas que ofrecen servicios en el mismo mercado.

El estudio de mercado realizado en la ciudad de Chiclayo, afirma lo dicho por Mochón, ya que después de haber interpretado los resultados obtenidos se pudo concluir que actualmente este tipo de servicio dirigido al adulto mayor no existe en dicha ciudad. Sin embargo, existen servicios como los centros de reposo y clubs del adulto mayor, que son limitados y no llegan a ser completos para satisfacer las necesidades y sus diferentes requerimientos.

Ávila (2003), señala que la demanda expresa las actitudes y preferencias de los consumidores por un artículo, mercancía o servicio. Es decir, la demanda de una mercancía (bien) es la cantidad de ella que el individuo estaría dispuesto a comprar, en un momento dado, a los diversos precios posibles. Ésta, no es una simple cantidad de un producto, sino que es toda una relación o lista de las cantidades de una mercancía que los compradores estarían dispuestos a adquirir a los diversos precios posibles.

De acuerdo con Ávila, después de haber realizado el estudio de mercado la demanda planteó y expresó sus diferentes preferencias con respecto al servicio de un centro de esparcimiento. Esto es de suma importancia debido a que mediante dichas preferencias el servicio podrá ofrecer lo que la demanda realmente necesita en un periodo establecido.

Ugarte, (2015) en su estudio identificó que el servicio de “Centro de Día” es un negocio de alto potencial en la provincia de Chiclayo, pues al mezclar servicios de salud física y salud mental (entretenimiento) hace que tenga gran demanda de la población adulta mayor, otro de los negocios potenciales en la provincia de Chiclayo son el club y centro de diversión, siendo muy parecido a un centro de día, pero con la diferencia que es exclusivo en entretenimiento y social.

En efecto, la investigación de Ugarte indica que en la Ciudad de Chiclayo si existe una demanda potencial para este tipo de servicios, esto reafirma los resultados obtenidos en el estudio de mercado realizado, donde se señala que el adulto mayor

necesita un lugar para poder realizar distintas actividades con personas de su misma edad y mantener con una buena salud física y mental.

Pleson, Nieuwendyk, Lee, Chaddah, Nykiforuk y Schopflocher, (2014) el estudio concluyó que las relaciones sociales positivas y la participación en la actividad física, además, la cercanía de los espacios verdes a las residencias de adultos mayores facilitó el uso de los espacios por los adultos mayores. La creación de espacios amigables para la edad comienza con el abordaje de las necesidades de salud de los adultos mayores. Estos espacios verdes les dan a los adultos mayores un sentido de seguridad y a su vez fomentan los lazos sociales y comunitarios.

Efectivamente, en el artículo de Pleson, Nieuwendyk, Lee, Chaddah, Nykiforuk y Schopflocher manifiesta que los adultos mayores necesitan espacios con amplias áreas verdes recreativas, esto se puede corroborar en el estudio de mercado elaborado, y también se confirmó que el público objetivo requiere un lugar donde encuentren dichos espacios cómodos y con áreas verdes para de esta manera poder realizar distintas actividades, y sobre todo para un momento de socialización y recreación con sus contemporáneos.

Marín, (2002) la investigación detalló que el estado anímico de los adultos mayores que acuden a un lugar a realizar sus prácticas recreativas, es muy diferente a los que no lo realizan. Estos se desenvuelven con toda la facilidad y la confianza para poder entablar una mejor conversación, y se sienten muy útiles e importantes para aportar algo más a la sociedad. Caso contrario ocurrió con los adultos mayores que no practican recreación, algunos son reservados o evasivos, incluso su estado de ánimo es deprimente en la mayoría de este grupo. Finalmente se puede afirmar que existe una diferencia significativa entre los adultos mayores que practican alguna actividad recreativa en cuantos a sus relaciones sociales así como su autoestima, con los que no practican.

Conforme a Marín, en el estudio de mercado realizado se evidenció que los adultos mayores requieren y necesitan un lugar donde puedan compartir momentos agradables con personas de su misma edad o contemporáneas a ellos. Donde también exista actividades para su desarrollo físico, mental y social.

V. CONCLUSIONES

Luego de haber analizado e interpretado los resultados extraídos del estudio de mercado realizado se pudo concluir de acuerdo a cada objetivo específico planteado que:

Determinar la oferta actual de los centros de esparcimiento para el adulto mayor en la ciudad de Chiclayo.

Los adultos mayores afirmaron que no conocen un lugar o establecimiento completo donde puedan reunirse, socializar en amplios espacios, así como también realizar deportes y actividades con personas de su misma edad. Sin embargo también manifestaron que existe un número escaso de lugares para ellos, que no cubren con los requerimientos y necesidades que dicho segmento posee.

Determinar la demanda de los centros de esparcimiento para el adulto mayor en la ciudad de Chiclayo.

Si existe un mercado potencial para realizar estos servicios dirigidos al adulto mayor, pues si tiene una buena aceptación por parte del público objetivo, de igual forma existe una demanda insatisfecha por parte de los adultos mayores, puesto que existen servicios para ellos pero no cubren todas sus necesidades.

La gran mayoría del total de encuestados (96.91%) señalaron que les gustaría que exista un centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor, donde puedan realizar actividades deportivas, culturales y sociales, a su vez que asistan exclusivamente personas contemporáneas ellas en la ciudad de Chiclayo.

Identificar las necesidades y requerimientos del mercado para un centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor.

Las actividades de preferencia para los adultos mayores fueron el baile y manualidades, así mismo entre los deportes que les gustaría realizar destacaron la natación y el fulbito. Dichas actividades y deportes son de suma importancia para el bienestar físico y mental del adulto mayor tal como lo señalaron los especialistas entrevistados.

Los encuestados definen a un centro de esparcimiento como un “Lugar de relajación”, donde pueden realizar actividades recreativas y a su vez estar en constante socialización con sus contemporáneos. Cabe recalcar que para ellos la característica primordial que debe tener dicho establecimiento es la de seguridad permanente, donde se cuide su integridad física. Por otro lado, también, señalaron que les gustaría recibir servicios adicionales como el de gimnasio y peluquería.

VI. RECOMENDACIONES

Después de haber realizado el estudio de mercado dirigido al adulto mayor, se pueden realizar las siguientes recomendaciones:

Enfocarse en las necesidades físicas y recreativas de los adultos mayores, ya que en muchas ocasiones se dejan de lado.

Fomentar el deporte y actividades en el adulto mayor para de esta manera evitar posibles enfermedades que te deterioren rápidamente su salud.

La socialización es de suma importancia para el desarrollo del adulto mayor ya que mediante esta, ellos logran desenvolverse, compartir sus experiencias y se mantienen mentalmente activos.

Los ambientes amplios y verdes son un factor importante para los adultos mayores, puesto que genera en ellos seguridad y a su vez libertad de poder movilizarse en zonas con ambientes naturales.

Poner en marcha un plan de negocio o proyecto de inversión de un centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor en la ciudad de Chiclayo, debido a que existe una demanda potencial que necesita de este tipo de servicio.

LISTA DE REFERENCIAS

- Arellano, R. Molero, V. y Rivera, J. (2000). *Conducta del consumidor (Estrategias y tácticas aplicadas al Marketing)*. Ed. ESIC. Madrid
- Ávila, J. (2003). *Economía*. México. Umbral Editorial.
- Biblioteca Nacional de Medicina de EE.UU (2015). Ejercicio para personas mayores. USA. Recuperado de: <https://medlineplus.gov/spanish/exerciseforseniors.html>
- Cabrejos, D. y Nanfunay, M. (2014). “*Plan de negocio para la creación de un centro del adulto mayor en la ciudad de Chiclayo*”. Perú
- Federación Iberoamericana de Asociaciones de Personas Adultas Mayores (2015). El 36,1 % de los adultos mayores de Lambayeque no tiene seguro de salud. Perú. Recuperado de : <https://fiapam.org/el-361-de-los-adultos-mayores-de-lambayeque-no-tiene-seguro-de-salud/>
- Grande, I. (2005). *Marketing de servicios*. ESIC Ed. España.
- Hernández, S y Fernández, C (2010). *Metodología de la investigación, quinta edición*. Editorial MC GRAW HI.
- Hickerson B, Moore A, Oakleaf L, Edwards M, James J, Swanson K y Henderson A (2008). “*The Role of a Senior Center in Promoting Physical Activity for Older Adults*”. USA. Recuperado de: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.596.3116&rep=rep1&type=pdf>
- INEI (2015). *En el Perú viven más de 3 millones de adultos mayores*. Perú. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-viven-mas-de-3-millones-de-adultos-mayores-8570/>
- Kang M y Russ R, (2009). “*Activities That Promote Wellness for Older Adults in Rural Communities*”. USA. Recuperado de: <https://www.joe.org/joe/2009october/rb2.php>

- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos del Marketing. Onceava edición*. Ed. PEARSON, Mexico.
- Kotler P, Armstrong G (2007) *Marketing Versión para Latinoamérica*. Decimoprimer edición. Mexico. Ed Pearson Educación
- Kotler, P., Bloom, P., y Hayes, T. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*, Primera Edición Ediciones Paidós Ibérica S.A
- Kotler P, Keller G (2006) *Dirección de Marketing*. Duodécima edición. Mexico. Ed Pearson Educación.
- Malhotra K. Naresh (1997). *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*. Segunda edición, México.
- Marín, R. (2002). “*La práctica de la recreación como alternativa para ocupar el tiempo libre del adulto mayor y sus características psicosociales autoestima y redes sociales*”. México.
- Mochón, F. (2009). *Economía, teoría y política. Sexta edición*. Ed. MCGRAW-HILL, España.
- OMS (2012). *Envejecimiento y ciclo de vida* .Recuperado de: <https://www.who.int/ageing/es/>
- OMS (2012). *La actividad física en los adultos mayores*. Recuperado de: https://www.who.int/dietphysicalactivity/factsheet_olderadults/es/
- Peña, M. y Díaz, E. (2016). *Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios. Segunda edición*. Ed. ESIC, Madrid.
- Pintado, T. (2008). *Desarrollo de un sistema predictivo para productos de alta implicación, basado en variables comportamentales*. Madrid: ESIC Editorial.
- Pleson E, Nieuwendyk L, Lee K, Chaddah A, Nykiforuk C y Schopfloch D (2014). *Understanding Older Adults' Usage of Community Green Spaces in Taipei*,

Taiwan. USA. Recuperado de:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3945547/>

Publishing, M. (1994). *La fórmula del servicio excelente*. Ed. Daz de Santos.

Randall, G. (2003). *Principios de Marketing Segunda edición*. Thomson Editores Sapin.

Rivera, J. y López M. (2012). *Dirección de Marketing: Fundamentos y Aplicaciones*. Madrid: ESIC Editorial.

Saldaña, J. y Cervantes, J. (2000). *Mercadotecnia de servicios*. México.

Santesmases M. (2012). *Marketing: conceptos y estrategias, 6ª ed.* Ed. Pirámide. Madrid.

Singh B y Kiran U, (2014). “*Recreational Activities for Senior Citizens*”. India.
 Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/262224648_Recreational_Activities_for_Senior_Citizens

Sociedad de Geriatria y Gerontología de Chile (2016). Recomendaciones para un Adulto Mayor saludable. Chile. Recuperado de: <https://www.socgeriatria.cl/site/?p=441>

Solomon, M. (2008). *Comportamiento del consumidor. Séptima edición*. Ed. Pearson Educación, México.

Ugarte, J. (2015). “*Estudio de identificación de negocios potenciales de servicios al adulto mayor en la provincia de Chiclayo*”. Perú

Whisnant K, (2008) “Senior Citizens Centers” USA. Recuperado de:
https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J083v43n01_04?src=recsys

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta aplicada a los adultos mayores

La información que nos proporcione será utilizada para determinar la demanda potencial de un nuevo centro de esparcimiento dirigido al adulto mayor en la ciudad de Chiclayo 2017 y la información brindada será confidencial en su totalidad.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una “x” la alternativa que crea conveniente según su preferencia

Sexo: () Femenino () Masculino

Lugar de residencia: () Chiclayo () Otro

- 1) Edad
 - a) 65 – 69 años
 - b) 70 – 74 años
 - c) 75 – 79 años

- 2) ¿Le gustaría que exista un lugar donde pueda reunirse, poder realizar actividades especiales, pasar agradables momentos y compartir temas de su interés con personas de su misma edad?
 - a) Sí
 - b) No

- 3) ¿Le gustaría que en un solo lugar se puedan realizar deportes tales como natación, fútbol, básquet, atletismo, ciclismo, tenis, etc?
 - a) Sí
 - b) No

- 4) ¿Qué tipos de actividades le gustaría realizar? Enumere según su grado de importancia, dónde 1 es el más importante y 6 el menos importante
 - () Baile
 - () Teatro
 - () Repostería
 - () Manualidades
 - () Canto
 - () Cómputo (manejo de redes sociales)

- 5) ¿Le gustaría que en dicho lugar se ofrezcan servicios adicionales, tales como?
Puede marcar más de una opción
- a) Gimnasio
 - b) Sauna
 - c) Peluquería
 - d) Servicio de taxi
 - e) Restaurante
 - f) Otros: _____
- 6) ¿Qué deportes le gustaría realizar en este lugar? Enumere según su grado de importancia, dónde 1 es el más importante y 6 el menos importante
- () Natación
 - () Fútbol
 - () Básquet
 - () Atletismo
 - () Ciclismo
 - () Tenis
 - () Otro: _____
- 7) ¿Conoce usted algún lugar donde se ofrezcan este tipo de servicios?
- a) Si
 - b) No
- 8) ¿Para usted que significa un centro de esparcimiento?
- c) Lugar de relajación.
 - d) Lugar de socialización.
 - e) Lugar para realizar actividades.
 - f) Lugar de entretenimiento.
- 9) ¿Qué característica cree usted que es primordial en un centro de esparcimiento?
Enumere según su grado de importancia, dónde 1 es el más importante
- () Seguridad
 - () Infraestructura
 - () Atención personalizada.
 - () Amplias áreas de deportes.
- 10) ¿Le gustaría encontrar actividades deportivas y culturales en un centro de esparcimiento donde asistan exclusivamente personas contemporáneas a usted en la ciudad de Chiclayo?
- a) Si
 - b) No

Anexo 2**Cuestionarios de las entrevistas****Geriatra:**

- ¿Qué ejercicios físicos o deportes son los más adecuados para los adultos mayores?
- ¿Porque es importante la actividad física en el adulto mayor?
- ¿Cuáles son las enfermedades más comunes que presenta el adulto mayor?

Psicólogo:

- Según su experiencia ¿Qué actividades culturales, recreativas- mentales prefieren los adultos mayores?
- ¿Cree usted que la socialización es importante para el adulto mayor? ¿De qué manera contribuye en su desarrollo?
- ¿Por qué un adulto mayor se puede llegar a deprimir?

Anexo 3

Aplicación de las entrevistas

Geriatra Maritza Romero



Psicóloga Aracelli Monteza



Aplicación de la encuesta a los adultos mayores



Anexo 4

Constancia de validación de expertos

Experto N° 1



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Carlos Vargas Orozco, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de Licenciada en Administración de Empresas, titulado "ESTUDIO DE MERCADO PARA UN CENTRO DE ESPARCIMIENTO DIRIGIDO AL ADULTO MAYOR EN LA CIUDAD DE CHICLAYO 2017", elaborado por las Bachilleres. JENIFER ANGELICA GONZALES CARRION Y ROCIO DEL PILAR SEMINARIO CHAVEZ; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, noviembre de 2017.



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO



Dr/ Mg./ Lic. Nombre: Carlos Vargas O.

Cargo Actual: Catedrático USAT



4. RÚBRICA PARA EVALUACIÓN DE EXPERTO.

Estimado Juez Experto, se le solicita su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems de la encuesta sobre el compromiso laboral y desempeño laboral que le mostramos, marque con un aspa (x) el casillero que cree conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior aplicación.

Se agradece anticipadamente su apoyo.

		Esencial	importante, aunque no indispensable	Innecesario	Observación
1	¿Le gustaría que exista un lugar donde pueda reunirse, poder realizar actividades especiales, pasar agradables momentos y compartir temas de su interés con personas de su misma edad?				
2	¿Le gustaría que en un solo lugar se puedan realizar deportes tales como natación, fútbol, básquet, atletismo, ciclismo, tenis, etc?				
3	¿Qué tipos de actividades le gustaría realizar?				
4	¿Le gustaría que en dicho lugar se ofrezcan servicios adicionales?				
5	¿Qué deportes le gustaría realizar en este lugar?				
6	¿Conoce usted algún lugar donde se ofrezcan este tipo de servicios?				Después de la #3
7	¿Para usted que significa un centro de esparcimiento?				
8	¿Qué característica cree usted que es primordial en un centro de esparcimiento?				
9	¿Le gustaría encontrar actividades deportivas y culturales en un centro de esparcimiento donde asistan exclusivamente personas contemporáneas a usted en la ciudad de Chiclayo?				



Entrevistas

**Entrevistadores: Gonzales Carrión Jenifer Angélica.
Seminario Chávez Rocío del Pilar.**

Entrevistado:

Geriatra

		Esencial	importante, aunque no indispensable	Innecesario	Observación
1	¿Qué ejercicios físicos o deportes son los más adecuados para los adultos mayores?				
2	¿Porque es importante la actividad física en el adulto mayor?				
3	¿Cuáles son las enfermedades más comunes que presenta el adulto mayor?				

Entrevistado:

Psicólogo

		Esencial	importante, aunque no indispensable	Innecesario	Observación
1	Según su experiencia ¿Qué actividades culturales, recreativas- mentales prefieren los adultos mayores?				
2	¿Cree usted que la socialización es importante para el adulto mayor? ¿De qué manera contribuye en su desarrollo?				
3	¿Por qué un adulto mayor se puede llegar a deprimir?				

Nombre:

Firma:

DNI:

Carlos Vargas Orrego

02604645

Experto N° 2



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Eduardo Zárate Bastaneda, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de Licenciada en Administración de Empresas, titulado "ESTUDIO DE MERCADO PARA UN CENTRO DE ESPARCIMIENTO DIRIGIDO AL ADULTO MAYOR EN LA CIUDAD DE CHICLAYO 2017", elaborado por las Bachilleres. JENIFER ANGELICA GONZALES CARRION Y ROCIO DEL PILAR SEMINARIO CHAVEZ; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, noviembre de 2017.

Eduardo Zárate Bastaneda
FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Eduardo Zárate Bastaneda
Cargo Actual: Docente Universitario

4. RÚBRICA PARA EVALUACIÓN DE EXPERTO.

Estimado Juez Experto, se le solicita su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los items de la encuesta sobre el compromiso laboral y desempeño laboral que le mostramos, marque con un aspa (x) el casillero que cree conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior aplicación.

Se agradece anticipadamente su apoyo.

		Especial	requerido, aunque no indispensable	Innecesario	Observación
1	¿Le gustaría que exista un lugar donde pueda reunirse, poder realizar actividades especiales, pasar agradables momentos y compartir temas de su interés con personas de su misma edad?	X			
2	¿Le gustaría que en un solo lugar se puedan realizar deportes tales como natación, fútbol, básquet, atletismo, ciclismo, tenis, etc?	X			
3	¿Qué tipos de actividades le gustaría realizar?	X			
4	¿Le gustaría que en dicho lugar se ofrezcan servicios adicionales?	X			
5	¿Qué deportes le gustaría realizar en este lugar?	X			
6	¿Conoce usted algún lugar donde se ofrezcan este tipo de servicios?	X			
7	¿Para usted que significa un centro de esparcimiento?	X			
8	¿Qué característica cree usted que es primordial en un centro de esparcimiento?	X			
9	¿Le gustaría encontrar actividades deportivas y culturales en un centro de esparcimiento donde asistan exclusivamente personas contemporáneas a usted en la ciudad de Chiclayo?	X			

Entrevistas

Entrevistadores: Gonzales Carrión Jenifer Angélica.
Seminario Chávez Rocío del Pilar.

Entrevistado:


Geriatra

		Esencial	Importante, aunque no indispensable	Irrelevante	Observación
1	¿Qué ejercicios físicos o deportes son los más adecuados para los adultos mayores?	X			
2	¿Porque es importante la actividad física en el adulto mayor?	X			
3	¿Cuáles son las enfermedades más comunes que presenta el adulto mayor?	X			

Entrevistado:

Psicólogo

		Esencial	Importante Aunque no Indispensable	Irrelevante	Observación
1	Según su experiencia ¿Qué actividades culturales, recreativas- mentales prefieren los adultos mayores?	X			
2	¿Cree usted que la socialización es importante para el adulto mayor? ¿De qué manera contribuye en su desarrollo?	X			
3	¿Por qué un adulto mayor se puede llegar a deprimir?	X			

Nombre: Eduardo Zúñiga CostamaraFirma: DNI: 40367516

Experto N° 3



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Mg. SAMMY ANTONIO BERNILLA ZAMORA., mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de Licenciada en Administración de Empresas, titulado "ESTUDIO DE MERCADO PARA UN CENTRO DE ESPARCIMIENTO DIRIGIDO AL ADULTO MAYOR EN LA CIUDAD DE CHICLAYO 2017", elaborado por las Bachilleres. JENIFER ANGELICA GONZALES CARRION Y ROCIO DEL PILAR SEMINARIO CHAVEZ; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, noviembre de 2017.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Mg. SAMMY ANTONIO BERNILLA ZAMORA.
 Cargo Actual: SEPE DE MARKETING Y ESTRATEGIA COMERCIAL SAN ROQUE S.A



4. RÚBRICA PARA EVALUACIÓN DE EXPERTO.

Estimado Juez Experto, se le solicita su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems de la encuesta sobre el compromiso laboral y desempeño laboral que le mostramos, marque con un aspa (x) el casillero que cree conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior aplicación.

Se agradece anticipadamente su apoyo.

		Esencial	Importante, aunque no indispensable	Innecesario	Observación
1	¿Le gustaría que exista un lugar donde pueda reunirse, poder realizar actividades especiales, pasar agradables momentos y compartir temas de su interés con personas de su misma edad?	✓			
2	¿Le gustaría que en un solo lugar se puedan realizar deportes tales como natación, fútbol, básquet, atletismo, ciclismo, tenis, etc?	✓			
3	¿Qué tipos de actividades le gustaría realizar?	✓			
4	¿Le gustaría que en dicho lugar se ofrezcan servicios adicionales?	✓			
5	¿Qué deportes le gustaría realizar en este lugar?	✓			
6	¿Conoce usted algún lugar donde se ofrezcan este tipo de servicios?	✓			
7	¿Para usted que significa un centro de esparcimiento?		✓		
8	¿Qué característica cree usted que es primordial en un centro de esparcimiento?	✓			
9	¿Le gustaría encontrar actividades deportivas y culturales en un centro de esparcimiento donde asistan exclusivamente personas contemporáneas a usted en la ciudad de Chiclayo?	✓			



Entrevistas

**Entrevistadores: Gonzales Carrión Jenifer Angélica.
Seminario Chávez Rocío del Pilar.**

Entrevistado:

Geriatra

		Esencial	Importante, aunque no indispensable	Innecesario	Observación
1	¿Qué ejercicios físicos o deportes son los más adecuados para los adultos mayores?	✓			
2	¿Porque es importante la actividad física en el adulto mayor?	✓			
3	¿Cuáles son las enfermedades más comunes que presenta el adulto mayor?		✓		

Entrevistado:

Psicólogo

		Esencial	importante, aunque no indispensable	Innecesario	Observación
1	Según su experiencia ¿Qué actividades culturales, recreativas- mentales prefieren los adultos mayores?	✓			
2	¿Cree usted que la socialización es importante para el adulto mayor? ¿De qué manera contribuye en su desarrollo?	✓			
3	¿Por qué un adulto mayor se puede llegar a deprimir?	✓			

Nombre: Mg. Sammy Antonio Berrilla Zamora

Firma: 

DNI: 42 11 9750

Anexo 5

Resultados de evaluación de juicio de expertos con el método de Lawshe (Encuesta)

	Ítems	Esencial	Útil	Innecesario
1	¿Le gustaría que exista un lugar donde pueda reunirse, poder realizar actividades especiales, pasar agradables momentos y compartir temas de su interés con personas de su misma edad?	3	0	0
2	¿Le gustaría que en un solo lugar se puedan realizar deportes tales como natación, fútbol, básquet, atletismo, ciclismo, tenis, etc?	3	0	0
3	¿Qué tipos de actividades le gustaría realizar? Enumere según su grado de importancia, dónde 1 es el más importante y 6 el menos importante	3	0	0
4	¿Le gustaría que en dicho lugar se ofrezcan servicios adicionales, tales como? Puede marcar más de una opción	3	0	0
5	¿Qué deportes le gustaría realizar en este lugar? ? Enumere según su grado de importancia, dónde 1 es el más importante y 6 el menos importante	3	0	0
6	¿Conoce usted algún lugar donde se ofrezcan este tipo de servicios?	3	0	0
7	¿Para usted que significa un centro de esparcimiento?	2	1	0
8	¿Qué característica cree usted que es primordial en un centro de esparcimiento? Enumere según su grado de importancia, dónde 1 es el más importante	3	0	0
9	¿Le gustaría encontrar actividades deportivas y culturales en un centro de esparcimiento donde asistan exclusivamente personas contemporáneas a usted en la ciudad de Chiclayo?	3	0	0

Ítems	NUMERO DE PANELISTAS		3
	CVR	ACEPTABLE	
1	1	SI	TODO OK
2	1	SI	TODO OK
3	1	SI	TODO OK
4	1	SI	TODO OK
5	1	SI	TODO OK
6	1	SI	TODO OK
7	0.6666667	SI	TODO OK
8	1	SI	TODO OK
9	1	SI	TODO OK

CVI=	96.3%
------	--------------

CVI=	96.3%
------	--------------

Resultados de evaluación de juicio de expertos con el método de Lawshe (Encuesta al geriatra)

		Esencial	Útil	Innecesario
1	¿Qué ejercicios físicos o deportes son los más adecuados para los adultos mayores?	3	0	0
2	¿Porque es importante la actividad física en el adulto mayor?	3	0	0
3	¿Cuáles son las enfermedades más comunes que presenta el adulto mayor?	2	1	0

NUMERO DE PANELISTAS		3
CVR	ACEPTABLE	SUGERENCIA
1	SI	TODO OK
1	SI	TODO OK
0.66666667	SI	TODO OK

CVI=	88.9%
CVI=	88.9%

Resultados de evaluación de juicio de expertos con el método de Lawshe (Encuesta al psicólogo)

		Esencial	Útil	Innecesario
1	Según su experiencia ¿Qué actividades culturales, recreativas- mentales prefieren los adultos mayores?	3	0	0
2	¿Cree usted que la socialización es importante para el adulto mayor? ¿De qué manera contribuye en su desarrollo?	3	0	0
3	¿Por qué un adulto mayor se puede llegar a deprimir?	3	0	0

NUMERO DE PANELISTAS		3
CVR	ACEPTABLE	SUGERENCIA
1	SI	TODO OK
1	SI	TODO OK
1	SI	TODO OK

CVI=	100.0%
CVI=	100.0%

Anexo 6

Resultado del análisis de confiabilidad del Alfa de Cronbach por cada dimensión

Tabla N° 01: Dimensión servicio

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,668	2

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°2: Dimensión oferta

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,709	2

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°3: Dimensión demanda

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,723	5

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 7

Resultados de la encuesta aplicada

Tabla 5

Resultados adultos mayores separados por géneros y rangos de edades

Edad	Sexo		Total
	Masculino	Femenino	
65 - 69 años	37	36	73
70 - 74 años	29	23	52
75 - 79 años	15	22	37
Total	81	81	162

FUENTE: Elaboración Propia.

Figura N° 1: ¿Le gustaría que exista un lugar donde pueda reunirse, poder realizar actividades especiales, pasar agradables momentos y compartir temas de su interés con personas de su misma edad?

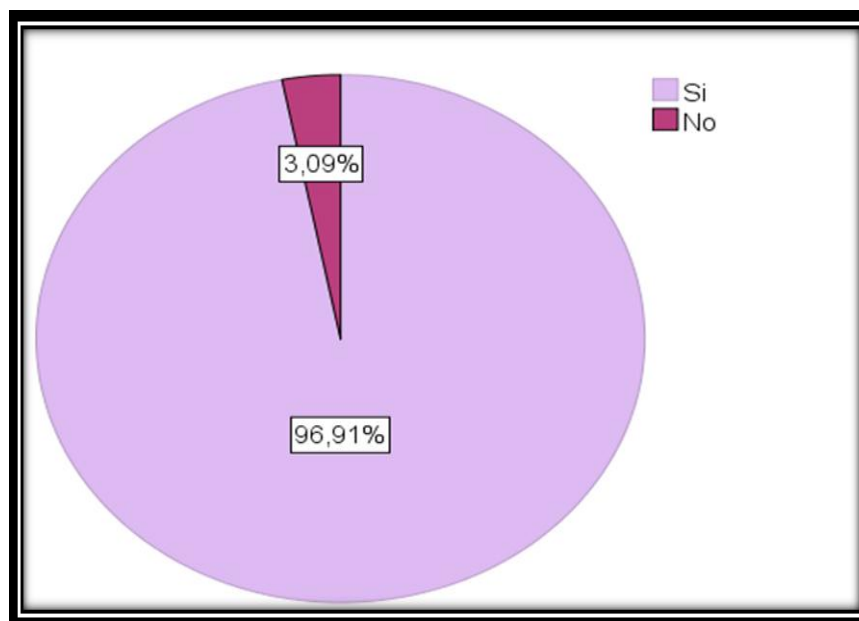


Figura N° 2: ¿Le gustaría que en un solo lugar se puedan realizar deportes tales como natación, fútbol, básquet, atletismo, ciclismo, tenis, etc.?

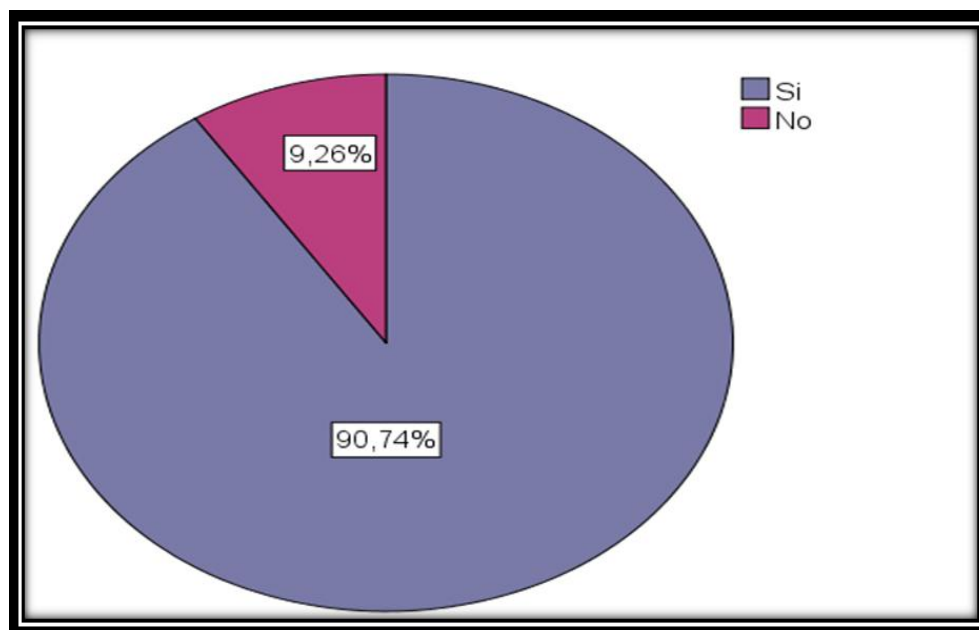


Figura N° 3: ¿Qué tipos de actividades le gustaría realizar?

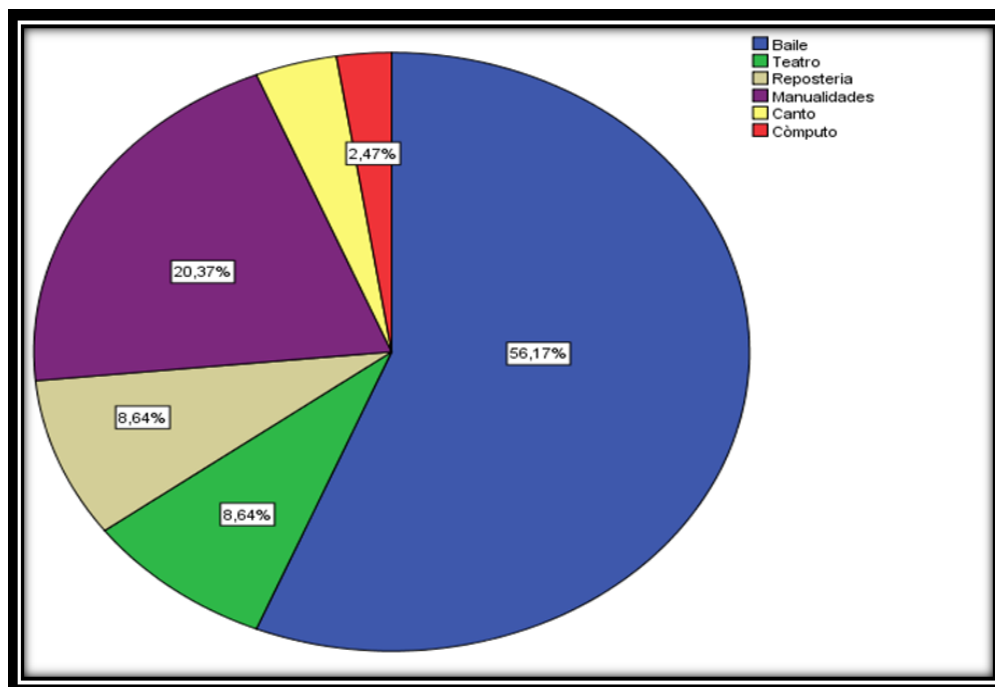


Figura N° 4: ¿Le gustaría que en dicho lugar se ofrezcan servicios adicionales, tales como?

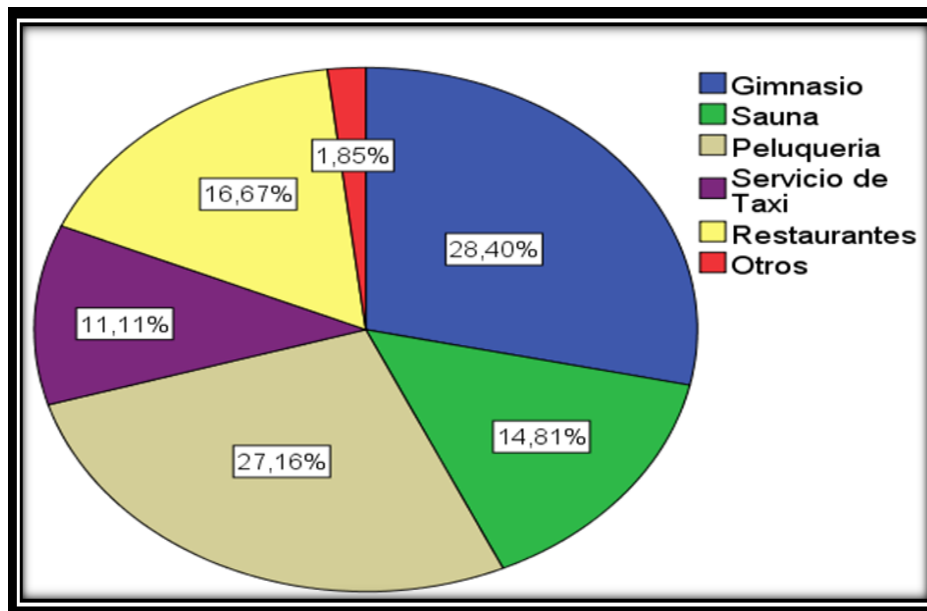


Figura N° 5: ¿Qué deportes le gustaría realizar en este lugar?

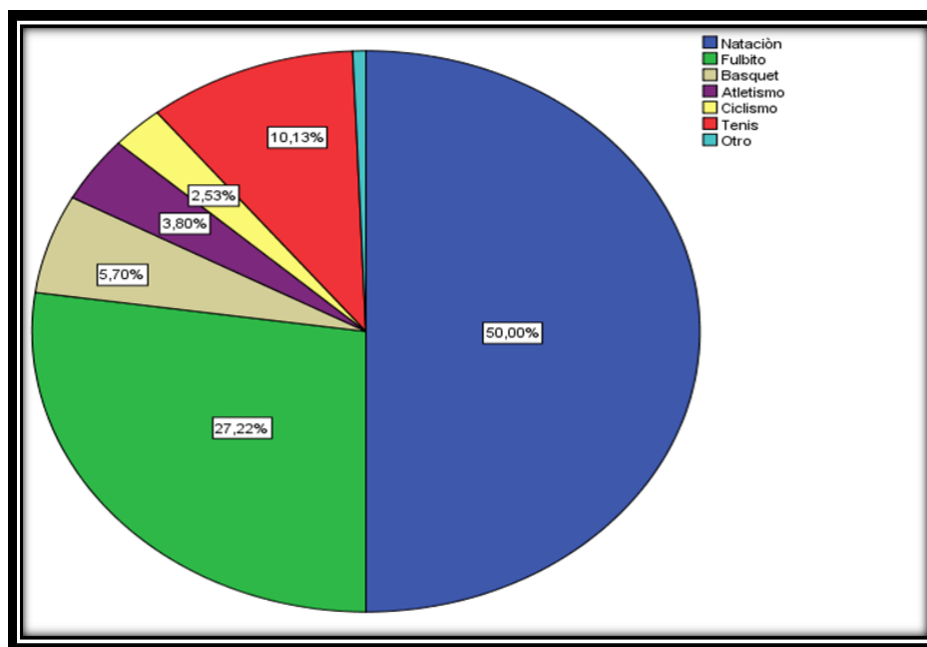


Figura N° 6: ¿Conoce usted algún lugar donde se ofrezcan este tipo de servicios?

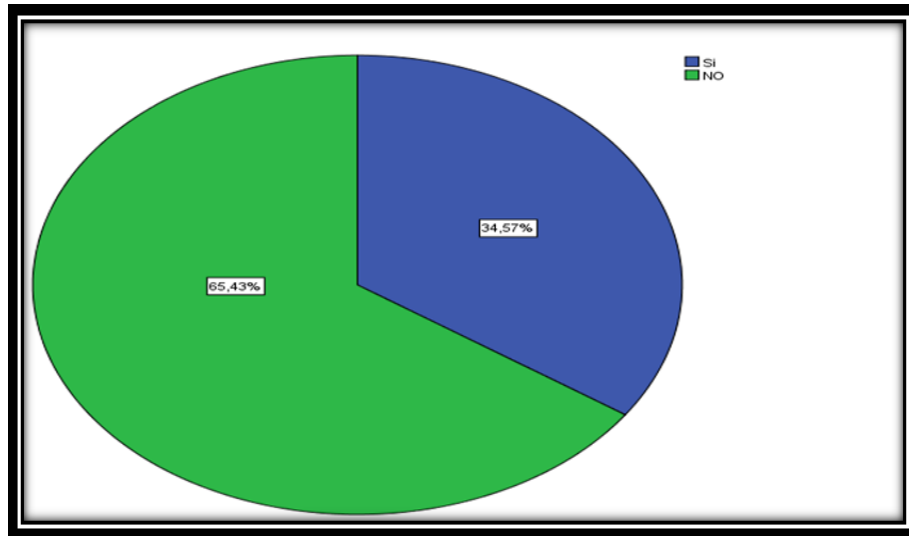


Figura N° 7: ¿Para usted que significa un centro de esparcimiento?

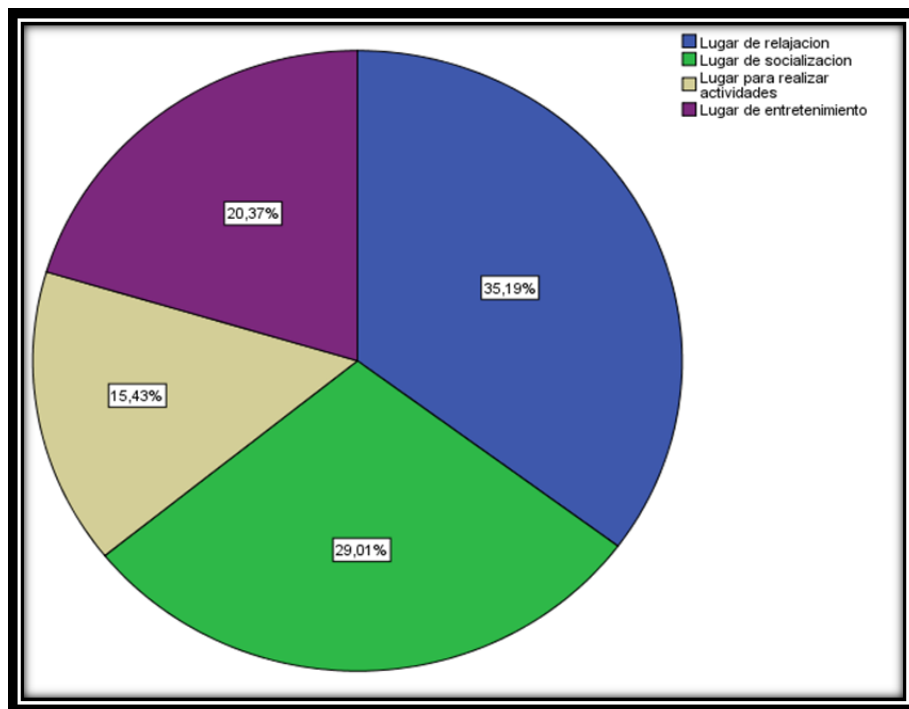


Figura N° 8: ¿Qué característica cree usted que es primordial en un centro de esparcimiento?

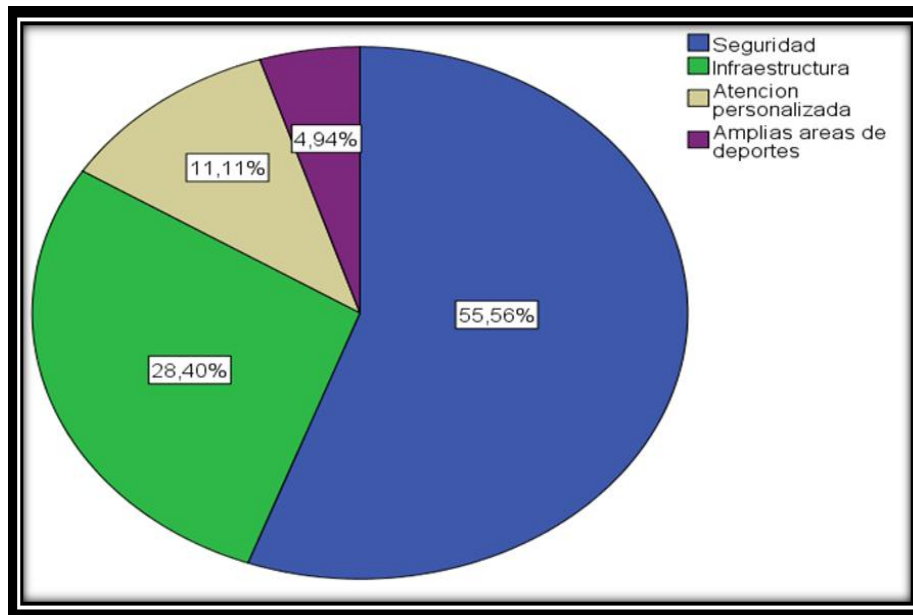


Figura N° 9: ¿Le gustaría encontrar actividades deportivas y culturales en un centro de esparcimiento donde asistan exclusivamente personas contemporáneas a usted en la ciudad de Chiclayo?

