

19ª Conferência Internacional da LARES

São Paulo - Brasil
25 a 27 de setembro de 2019



Sênior Housing: proposta de atributos para um produto habitacional dirigido a um nicho de mercado em crescimento.

Elisabete Maria de Freitas¹, Renato Mauro Filho², Claudio Tavares Alencar³

¹ Escola Politécnica da USP. Emfreit@uol.com.br

² Escola Politécnica da USP. Renatofilho@remconstrutora.com.br

³ Escola Politécnica da USP. Claudio.alencar@poli.usp.br

RESUMO

O crescimento da população idosa é um fenômeno mundial e, no Brasil, as modificações ocorrem de forma radical, difusa e bastante acelerada. Segundo pesquisa do IBGE, publicada em julho de 2018, a fatia de pessoas com mais de 65 anos alcançará 15% da população brasileira já em 2034, ultrapassando a barreira de 20% em 2046. Em 2010, estava em 7,3%.

No município de São Paulo, segundo a Fundação Seade¹, existem 1,7 milhão de idosos no município, o que corresponde a 15% da população paulistana.

A atuação mais ativa do idoso na área social e econômica é uma realidade cada vez mais presente, fato que têm atraído várias empresas de diferentes setores a explorar este mercado promissor e que tende a crescer ainda mais nos próximos anos.

As empresas do setor imobiliário, visando este público específico, vêm apresentando alguns empreendimentos que levam a chamada “consciência gerontológica”, isto é, que buscam atender tanto a características físicas diferenciadas para as necessidades específicas, como também para se adaptar aos anseios desta população que, por sua experiência de vida, tende a ser diferenciada e exigente.

Trata-se, portanto, de um produto específico, para atender um possível “nicho” que cresce no mercado, e que já está totalmente consolidado em determinados países, e atualmente se modela para o mercado brasileiro e que se define por Sênior Housing.²

O objetivo deste trabalho é propor alguns atributos para um produto imobiliário habitacional para atender este nicho de mercado e que seja aderente aos anseios de compra deste público alvo, o qual, em sua maioria, está caracterizado por indivíduos com idades entre 65 e 75 anos da classe A/B das gerações Baby Boomer e Xers.³

Realizou-se, para tanto, uma revisão da literatura a respeito do tema Senior Housing no Brasil além de citar as principais experiências já implementadas no mercado da cidade de São Paulo. Além disso, foi realizado um Estudo de Caso que aqui se caracteriza por um Levantamento de Campo, o qual produziu um referencial de informações que levou à obtenção dos dados, análise, discussão, proposta e conclusão final. Este foi realizado através de uma pesquisa quantitativa, buscando entender de forma objetiva os hábitos, necessidades e anseios deste subsegmento de mercado e assim, testar a aderência deste a um empreendimento atributos para o Senior Housing.

Desta forma, se pretende ampliar a pesquisa sobre o tema, de forma a sustentar os debates atuais e futuros em relação a este possível nicho de mercado e seus anseios.

Palavras-chave: senior housing, senior living, produto imobiliário, nicho de mercado, terceira idade

1 Seade: Fundação vinculada à Secretaria de Governo, sendo um centro de referência nacional na produção e disseminação de análises e estatísticas socioeconômicas e demográficas

2 Neste texto trataremos o Senior Housing como residencial para idosos sem serviços assistenciais de saúde ou médicos

3 O termo geração “Baby Boomer” são todas aquelas nascidas entre 1945 e 1960, logo depois da Segunda Guerra Mundial. A geração Xers” se refere àqueles que nasceram entre 1962 e 1977

19ª Conferência Internacional da LARES

São Paulo - Brasil
25 a 27 de setembro de 2019



Senior Housing: attributes for a growing residential market niche

ABSTRACT

The growth of the elderly population is a global phenomenon and, in Brazil, the changes take place in a radical, diffused and fairly accelerated way. According to an IBGE survey, published in July 2018, the share of people over 65 will reach 15% of the Brazilian population by 2034, exceeding the 20% barrier in 2046. In 2010, it was at 7.3%.

In the city of São Paulo, according to the Seade Foundation⁴, there are 1.7 million elderly people in the city, which corresponds to 15% of the total population.

The increase of the activity of the elderly in the social and economic area is a reality in Brazil, fact that have attracted several companies from different sectors to explore this promising market and that tends to grow even more in the coming years.

The real estate companies, aiming at this specific public, have been presenting some undertakings that lead to the so-called gerontological awareness, that is, that seek to attend to both the differentiated building features for the specific needs, and also to adapt to the desires of this population that, for their life experience, tend to be differentiated and demanding.

Therefore, this is a specific product designed to meet a possible "niche" that appears to be emerging in the market, which may be fully consolidated in certain countries, and is currently been explored at the Brazilian Market as well

The objective of this paper is to propose an array of some attributes for a housing Real Estate product to meet this market niche and could be adherent to the buying aspirations of this target audience, here mostly characterized by individuals aged between 65 and 75, part of A/B social class, and participants of the Baby Boomer and Xers⁵ generations. A review of the literature on the topic of Senior Housing in Brazil was conducted, as well as the exposure of the main experiences already implemented in the market of the city of São Paulo. In addition, a Case Study was carried out, characterized by a Field Survey, which produced an information framework that led to discussions, the formulation of the matrix and the final conclusion. This was conducted through a quantitative research, seeking to understand objectively the habits, needs and desires of this sub-segment of the population and thus test their adherence to a typical venture with attributes for a Senior Housing. Thus, it is intended to broaden the research on the subject, in order to sustain the current and future debates regarding this possible niche market.

Keywords: senior housing, senior living, real estate product, niche market, seniors

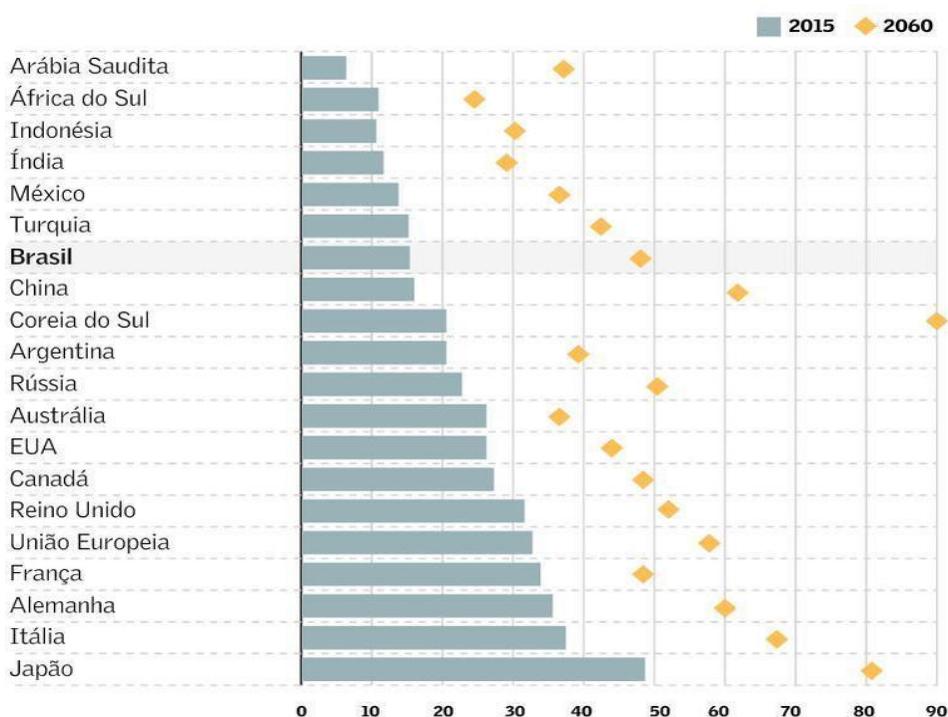
⁴ Seade: Foundation linked to the Secretariat of Government, being a national reference center in the production and dissemination of socioeconomic and demographic analyzes and statistics

1. INTRODUÇÃO

O envelhecimento da população e suas implicações é um tema que tem sido prioritário na pauta das discussões em várias localidades do mundo. Tanto nos países desenvolvidos como nas economias emergentes, o envelhecimento vem avançando em paralelo à queda da taxa de fertilidade, embora afete os diferentes países em diferentes ritmos e proporções. Segundo publicação do Jornal O Estado de São Paulo (2019), dados da ONU apontam as quatro maiores tendências que transformam nosso planeta que são: urbanização, migração, crescimento populacional e envelhecimento. Os mesmos dados permitem concluir que, com a baixa fertilidade, a longevidade faz a população da maioria dos países envelhecer. O grupo etário com mais de 65 anos é o que mais cresce. E por este motivo, é clamado que existe uma “necessidade urgente de os países se prepararem para a economia da longevidade”.⁶

Figura 01 – Envelhecimento global

Pessoas com mais de 65 anos para cada grupo de 100 em idade de trabalho (20 a 64 anos)



Fonte: Jornal Valor Econômico

A mesma publicação traz o dado que “O Brasil, em particular, entra acelerado no clube dos idosos e em 2060, 50% dos brasileiros ativos terão mais de 65 anos.”

De acordo com o jornal O Globo - G1⁷ (2018), dados do IBGE apontam que “A população brasileira está em trajetória de envelhecimento e, até 2060, o percentual de pessoas com mais de 65 anos passará dos atuais 9,2% para 25,5%, ou seja, 1 em cada 4 brasileiros será idoso.

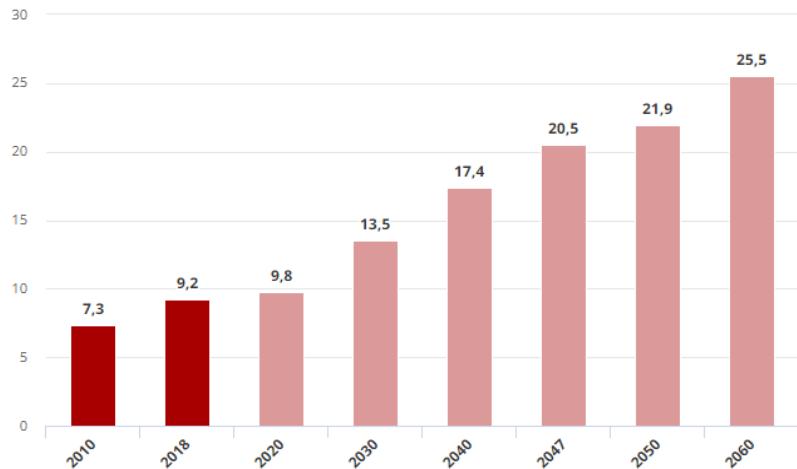
Em São Paulo, mais especificamente, os idosos corresponderão a 30% da população do município de São Paulo em 2050, segundo a Fundação Seade.⁸

⁶ Em:<<https://www.valor.com.br/brasil/6304565/brasil-entra-no-clube-dos-idosos>> Acesso em 27.06.2019

⁷ Em <https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/07/25/1-em-cada-4-brasileiros-tera-mais-de-65-anos-em-2060-aponta-ibge.ghtml>

A figura a seguir mostra a evolução do aumento da longevidade da população brasileira:

Figura 02
População com mais de 65 anos no Brasil (em % do total)



Fonte: IBGE

É certo que este envelhecimento acelerado vem produzindo necessidades e demandas sociais que requerem adequações de políticas e da economia, por parte do estado e da sociedade.

Segundo Küchemann (2012), “O Brasil é um país que envelhece a passos largos. As alterações na dinâmica populacional são claras, inequívocas e irreversíveis.”

“Em um contexto de grandes mudanças sociais e econômicas, podemos destacar o crescimento significativo da expectativa de vida no Brasil e também ao redor do mundo, resultando em transformações nas formas de cuidado à população idosa⁹, já que esse fenômeno reflete diretamente no sistema de valores e na configuração dos arranjos familiares [...]. Todas essas mudanças têm implicações diretas no modo de morar do idoso e revelam que edificações voltadas para o público da terceira idade devem compor não só as redes de assistência e de saúde, mas também a de habitação, fazendo parte da infraestrutura da cidade.”

(VINAGRE ,2016).

Nos países desenvolvidos, já há uma grande variedade de produtos imobiliários para atender este público, podendo os mesmos estar vinculados à serviços assistenciais e de saúde. No Brasil, moradias para seniores estão sempre associados às hoje denominadas ILPI (Institutos de Longa Permanência de Idosos), anteriormente mais conhecidas como casas de repouso ou asilos que se assemelham com alguns formatos existentes em outros países. Porém, é ainda um mercado tímido diante das oportunidades que se vislumbram face às tendências atuais.

O objetivo deste trabalho é, visando este mercado promissor e crescente, promover um estudo para o entendimento da existência de um nicho de produto imobiliário específico e identificar quais seriam os atributos que este subsegmento de mercado não só espera e necessita, mas também anseia, em um tempo de rápidas transformações comportamentais.

⁸ Definição na página 01.

⁹ Neste texto, quando não citação, os autores utilizarão os termos *idoso*, *sênior*, *terceira idade*, *melhor idade*, para se referir a pessoas de 60 anos de idade ou mais, conforme definição da Organização Mundial da Saúde (OMS) para países em desenvolvimento.

A partir daí, se propõe um produto imobiliário protótipo, o qual seria formatado para atender uma população sênior que ainda pode dispensar cuidados médicos ou assistenciais, e que ainda é ativa, trabalha e/ou estuda, ou simplesmente deseja uma vida diferenciada, independente, porém próxima à sua comunidade, familiares, e com facilidades, amenidades e serviços diversos ao seu rápido alcance e conveniência.

2. METODOLOGIA

Para que o objetivo do presente trabalho fosse atingido, o mesmo foi dividido em duas partes:

- i. Revisão da Literatura
- ii. Estudo de Caso

2.1. Revisão da Literatura

Nesta parte, procura-se apresentar o estado da arte do tema - moradia específica para a idade sênior, tanto em outros países como no Brasil e assim buscar um entendimento de como se compõe o mercado atualmente, contextualizando o assunto, assim como justificar a importância do tema e relevância da pesquisa.

Para este fim, foram realizadas pesquisas em diversos meios, como publicações acadêmicas, artigos, publicações em periódicos, jornais, revistas, publicações online de textos.

2.2. Estudo de Caso

A segunda parte do trabalho expõe a pesquisa de campo, realizada através de questionário acessado anonimamente online.

Para a realização da pesquisa exploratória, foi definido um segmento de mercado, caracterizado por indivíduos com idades entre 65 e 75 anos da classe A/B das gerações Baby Boomers e Xers.¹⁰.

Foram selecionadas pessoas que possuíam estilos de vida, cultura e experiência de vida com alguma similaridade. Para obtermos estes respondentes, convidamos parte de um cadastro de uma empresa de vendas de uma incorporadora, um conjunto de seniores de uma academia de ginástica e alguns conhecidos dos autores. Assim foi possível estabelecer um grupo, foco de estudo, para que os dados extraídos pudessem ser mais bem analisados e as conclusões resultantes consistentes.

O objetivo foi buscar dados em relação a alguns aspectos deste segmento e a fim de dar insumos para a conceituação de alguns atributos que pudessem compor um produto segmentado o qual corresponde aos anseios destes e os caracterizassem como um nicho de mercado atraente.

O questionário que buscou objetivamente a coleta de dados, foi estruturado através de 30 questões de múltipla escolha e de campos classificatórios, os quais foram enviadas para o público acima. As perguntas foram elaboradas de forma a abordar os aspectos elencados no quadro 01, a seguir:

Quadro 01

¹⁰ Definições dos termos na página 01.

Estrutura do questionário aplicado

DADOS

- Ano de nascimento
- Escolaridade
- Profissao / atua ou não
- Local onde nasceu/estudou/...
- Hábitos passados
- Hábitos adquiridos

PRESENTE - SITUAÇÃO ATUAL

- Onde, com quem reside
- Tipologia do imóvel
- Propriedade

FUTURO

- Disposição para se mudar
- Necessidades específicas em relação à moradia
- Expectativas, ambições

PRODUTO IMOBILIÁRIO

- Neste setor, buscou-se o maximo de informações em relação aos anseios e necessidades do público entrevistado sobre os atributos do possível produto imobiliário

Fonte: Autores

Através das respostas foi possível elencar quantitativamente um conjunto de necessidades, expectativas e anseios para os quais foram propostos atributos que poderiam representar os aspectos mais relevantes, úteis e aplicáveis em um empreendimento imobiliário residencial.

Foi possível também realizar algumas análises subjetivas para tirarmos algumas conclusões que nos deu fundamento para propor um conjunto de atributos para um possível empreendimento imobiliário protótipo, que visasse este público alvo.

2.3. Limitações da Pesquisa

O presente artigo não pretende abordar as questões socioeconômicas assim como debater políticas referentes ao processo de envelhecimento populacional e população idosa. Também se limita a pesquisar os anseios de um novo nicho de mercado que cresce formado por um público de pessoas com 65 anos ou mais de idade, residentes na cidade de São Paulo, pertencentes à classe A/B.

Em relação ao produto proposto, a pesquisa se limita ao conceito apenas, não se aprofundando na formatação de preços e formas de “funding” para o empreendimento.

O questionário aplicado tenta atingir a maioria dos aspectos que poderia ser considerado quando de um início de um trabalho de se identificar possíveis atributos para um empreendimento residencial, porém o mesmo, a fim de não ficar muito extensa, neste momento só procurou tratar o que julgou mais relevante para este trabalho.

3. REVISÃO DA LITERATURA – Senior Housing

“O curso da vida, em muitas partes do mundo, é atualmente enquadrado em torno de um conjunto rígido de fases: infância, fase de estudos, um período definido de trabalho e, em seguida, aposentadoria. A partir dessa perspectiva, frequentemente se assume que os anos extras são simplesmente adicionados ao fim da vida e permitem uma aposentadoria mais longa. [...].

Entretanto, atualmente, há evidências de que muitas pessoas que estão chegando a idades mais avançadas estão repensando esta lógica comum. Ao invés de passar anos extras de outras maneiras, muitas pessoas estão pensando em talvez estudar mais, em ter uma nova carreira ou buscar uma paixão há muito negligenciada.”¹¹

Isto gera um estímulo também na busca de uma nova forma de viver, que pode estar refletida na forma de morar uma vez que as atividades, responsabilidades e afazeres se modificaram substancialmente das etapas anteriores, diretamente relacionado as experiências de vida de cada indivíduo em cada geração ao longo de sua vida. As pessoas que se encaixam neste segmento, cada dia mais têm reconquistado o seu espaço como consumidores e chamam a atenção da indústria e do comércio.

Baseados na ideia de que o Brasil é uma nação que está envelhecendo, surge em todos os setores uma grande oportunidade em entender quem é este mercado, e como o mesmo pode ser atendido, e onde estão de fato as oportunidades.

Pitelli, (2004), em sua pesquisa realizada, concluiu que “os idosos preferem residir próximo de onde residem atualmente e que quanto maior as idades e rendas, menores as chances de mudanças. Seria esta ainda uma realidade predominante em relação ao anseio deste público específico em meio a estas diversas transformações sociais e comportamentais que vem ocorrendo?

Em seu artigo publicado pelo CBIC¹², Ferreira (2019) discorre sobre as atuais modificações em função dos avanços tecnológicos que geram impactos nas formas de morar e nos anseios em diferentes segmentos da população. As famílias são menores, muitas delas unifamiliares, formadas por jovens independentes, divorciados ou idosos. Ela cita o avanço da tecnologia em forma de equipamentos para uso doméstico cada vez mais inteligentes, permitindo o controle a distância, e assim, podendo ser uma forma de acomodar todas as necessidades de mudança de rotina da “nova família”.

O compartilhamento de serviços ganha espaço, diz ela, assim como se modifica a noção de haver a necessidade de grandes espaços físicos para se morar. “Eram casas, viraram apartamentos que tendem a diminuir seu espaço físico e mudar as funções. Garagem, que eram indispensáveis, passam a não ser mais.” E os transportes alternativos cada vez fazem mais parte do dia a dia de pessoas residentes dos grandes centros urbanos, observa ela.

Apesar de que as pessoas que já viveram vários anos de vida através de suas formações, experiências, repertórios adquiridos, e que desenvolvem naturalmente uma cultura consolidada de hábitos e princípios, a tendência é que estas não deixem de ser atingidas por estes avanços.

¹¹ Envelhecimento no Século XXI: Celebração e Desafio

¹² Câmara Brasileira da Indústria da Construção

Isto poderá alterar algumas de suas concepções, modificar sua forma de pensar ou hábito, de forma que estes possam ter novas ambições e querer levar uma vida mais simples.

Alguns dados obtidos por pesquisadores ou empresas a fim de lançar algum tipo de produto conseguem demonstrar como as necessidades deste público sênior vem mudando e como estes estão se adaptando e modificando seu estilo de vida. Como, por exemplo, esta pesquisa publicada no site de uma empresa de tecnologia, que diz que “[...]hoje, 78% dos idosos brasileiros utiliza smartphone e 40% acessa à internet diariamente. Muitos deles, por necessidade ou opção, continua trabalhando e mantém seu poder de compra.

“A pesquisa apresenta também que “cerca de 70% das pessoas com mais de 60 anos toma decisões sozinha na hora de comprar. Isto demonstra o avanço de alguns setores, no sentido de aproveitar do poder de consumo desta população, isto é, dos idosos que preferem morar sozinhos, preservar a sua autonomia e independência, e que podem utilizar dispositivos e sistemas para entretenimento, educação, trabalho e até mesmo para cuidar de si mesmas.

Estes lançaram sistemas de acionamento de comunicação de segurança com serviços de 24 horas a fim de dar segurança e tranquilidade tanto ao sênior quanto à família. Isto significa já haver uma forma mudança de hábitos, pois a própria pesquisa conclui que se no passado utilizar dispositivos e aparelhos eletrônicos poderia parecer estranho a eles, hoje os idosos já são mais familiares à tecnologia – especialmente se ela proporcionar mais qualidade de vida para eles.¹³

Neste contexto, parte-se de uma hipótese de que um novo nicho de mercado para o setor imobiliário também se consolida, o segmento de moradias para idosos – Senior Housing¹⁴. O público-alvo que se busca, é formado por uma população de nível social A/B, já na faixa de idade dos indivíduos classificados como “idosos”, mas geralmente com mais de 65 anos.

Estes, por estarem ainda em plena condição de saúde física e mental, por serem independentes físico assim como financeiramente de seus parentes, por estarem mais atentos aos avanços tecnológicos e às facilidades que estes trazem e por terem maior expectativa de vida (e desta forma novos anseios), ainda querem desfrutar de seus próximos anos de vida.

Esta porém, seria de uma forma diferenciada, agora em uma nova fase de suas vidas, onde não teriam que manter uma rotina de atividades e obrigações domésticas e familiares , mas sim convivendo e se relacionando com outras pessoas da mesma idade, classe e nível social através de atividades similares às de co-living,¹⁵ assim como outras atendam prontamente a estes em diferentes aspectos, como físico, mental, intelectual e até espiritual.

Em debate realizado em reunião do Comitê de Mercado do NRE-Poli¹⁶discutiu-se o tema Tendências – Arquitetura e Cidades. As proposições de “tendências apresentadas por Pola Mora¹⁷ serviram de eixo para a condução das discussões desta sessão do Comitê. Mora discorre sobre temas relacionados a transformações já em curso e a tendências que poderiam estar

¹³ Em:<<https://tecnosenior.com/tecnologia-para-idosos/>>

¹⁴ Neste texto trataremos o *Senior Housing* como residencial para idosos sem serviços assistenciais de saúde ou médicos

¹⁵ *Co living* –Neste caso, refere-se a atividades e serviços de um prédio residencial concentrados em áreas como lavanderia, piscina, restaurante, cozinha, lounges e espaços para trabalho e atividades físicas.

¹⁶ O NRE-Poli constituiu o seu comitê de mercado que será um fórum permanente de debates entre seus professores e pesquisadores e

profissionais e entidades representativas do meio do *real estate* no Brasil

¹⁷ <https://www.archdaily.com.br/br/910567/as-tendencias-da-arquitetura-em-2019>

presentes desde a fase de planejamento e concepção do produto do Real Estate até a ocupação dos edifícios e das cidades - influenciados pela tecnologia, pelo cenário econômico e pela possível mudança de comportamento das famílias.

Dentre estas tendências, discute-se justamente o tema “arquitetura inclusiva” e “formas de morar”, o que se conecta com a discussão em curso, nos levando a concluir que de fato estão havendo mudanças relevantes que podem contribuir para inovações dentro do mercado imobiliário residencial.

Concordando com Pitelli (2005), “cada segmento do público direciona o formato dos respectivos empreendimentos, resultando em características e prestação de serviços específicos, atendendo assim aos anseios de cada mercado, cuja segmentação decorre, em grande parte, da capacidade física do público que será atendido.” Projeta-se desta forma uma tendência de atendimento a estes anseios específicos do público-alvo em questão, através de um produto imobiliário diferenciado, que incorpore estas tendências desde a concepção e planejamento, porém cuja formatação ainda se encontra em evolução no mercado brasileiro, e na cidade de São Paulo.

Segundo Küchemann (2012), “até pouco tempo atrás, a família era entendida como o conjunto de pessoas residentes sob o mesmo teto, e que, entre si, apresentam laços de parentesco e de afinidade.” Esta seria composta por um modelo tradicional, que hoje está desaparecendo, “dando lugar a novos arranjos familiares, nem sempre favorável à acomodação de idosos/as.”

“Assim sendo, para os idosos, a opção por morarem sozinhos não necessariamente significa abandono, descaso ou solidão. Ao contrário, conforme já citado, isto só comprova que existe o surgimento de um novo nicho de mercado.

Para Debert (1999) apud Küchemann (2012), morar só, pode representar uma forma inovadora e bem-sucedida de envelhecimento e, para Camarano (2003), a redução na proporção de idosos vivendo em casa de parentes tem sido uma tendência crescente no tempo e permite inferir que já uma tendência de redução na dependência dos idosos.

4. REAL ESTATE –HOUSING PARA A “MELHOR IDADE”

A origem do conceito de Senior Housing como um empreendimento imobiliário de uma forma geral, se iniciou nos EUA, país que já estuda e desenvolve o tema há algum tempo (PITELLI, 2005).

Inicialmente o objetivo era de prover residência/moradia associado a serviços, a pessoas que em algum momento a sua vida não mais poderiam viver sem alguma assistência ou cuidado. Porém, ao longo do tempo, este termo e produtos derivados vêm se diferenciando em empreendimentos mais específicos.

Os Estados Unidos foram os pioneiros a definir o padrão dos Senior Housing, porém estas estão se tornando frequente em vários países, uma vez que a realidade já aponta para o envelhecimento da população a nível global, conforme abordado na introdução.

EUA

Neste mercado já amadurecido e bastante explorado por investidores, o Senior Housing é atualmente dividido em três segmentos de mercado majoritários.

Segundo o NIC¹⁸, são eles:

Independent Living: Projetado para “idosos” que exigem pouca ou nenhuma assistência, que são ativos e saudáveis. Essas propriedades muitas vezes atendem a residentes com mais de 55 anos com uma variedade de amenidades, comodidades e grande variedade de programação social. Os imóveis oferecidos variam entre apartamentos, pequenos estúdios com dimensões reduzidas, ou casas em condomínios residenciais.

Assisted Living: Estas instalações fornecem não só a habitação com uma variedade de serviços de apoio pessoal e assistência de saúde. Os residentes não são totalmente independentes e querem ou precisam de serviços extras relacionados a cuidados médicos, ou ajudam com as necessidades diárias, como transporte, refeições, lavanderia, etc. Dentro deste segmento, há ainda vários outros com tipos de serviços médicos e de saúde bastante especializados.

Memory care: Essas propriedades se caracterizam por prover serviços de cuidado de longo prazo, as quais atendem os residentes com problemas de memória - principalmente demência e doença de Alzheimer - o que tornaria muito inseguro para os mesmos residir em suas próprias residências desacompanhados.

Brasil

Como já citado, ainda é muito comum se referir a residências para idosos como “asilos”, casas de repouso ou locais para idosos que necessitam de cuidados e serviços médicos específicos no Brasil. Estes hoje são referidos pelo termo já mencionado ILPI.

Conforme cita Vinagre (2016), estes locais podem ser mais comumente classificados em:

República: Trata-se de uma alternativa de residência para idosos independentes, organizados em grupos, normalmente viabilizada em sistema de autogestão e com número de moradores previamente estabelecido, que possuam recursos financeiros próprios. O objetivo desta forma de moradia é de proporcionar condições para que os idosos se organizem e encontrem uma alternativa habitacional diferente da institucionalização nos moldes asilar.

Casa-lar: Instituição mantida por órgãos governamentais e não governamentais, integrada por idosos, sob sistema participativo, em caráter residencial com ou sem suporte familiar, podendo ser gratuito ou não, tendo por objetivo a promoção do bem-estar e da autonomia do idoso.

Instituição de longa permanência: Destinada a proporcionar atenção integral em caráter residencial, cujo público alvo são as pessoas acima de 60 anos, com ou sem suporte familiar, de forma gratuita ou mediante remuneração.

Condomínio: Conjunto de unidades residenciais autônomas, distribuídas de forma vertical ou horizontal em terreno comum, obedecidas às prescrições para condomínio de acordo com a legislação pertinente.

¹⁸ NIC The National Investment Center for Seniors Housing & Care (NIC) uma organização sem fins lucrativos cuja missão é oferecer suporte a acesso e escolha para os idosos da América, fornecendo dados, análises e conexões que reúnem investidores e provedores.

Entre os anos de 1940 e 2009, mais intensamente nas últimas décadas, 2.897 novas instituições foram abertas, sendo que a maioria privada e com fins lucrativos. Apesar disso a grande maioria das instituições brasileiras ainda é de caráter filantrópico, incluindo as religiosas e leigas.

Desse modo, as instituições brasileiras públicas ou mistas representam a menor quantidade existente, mostrando tanto a falta do interesse público para com este tipo de trabalho como a resistência da sociedade brasileira para esse tipo de instituição que em muitos casos ainda lembram os modelos asilares do passado. (VINAGRE, 2016).

Porém, nota-se a tendência de que os residenciais para idosos estão se tornando um conceito cada vez mais comum, e os quais vêm incorporando serviços diferenciados. Os modelos atuais englobam não somente este formato, mas também residenciais com clínicas e serviços geriátricos inclusos, que se amolda a um hotel, assim como condomínios residenciais que oferecem a estrutura necessária para garantir acolhimento, segurança, bem-estar e qualidade de vida para dos idosos de sua família.

Conforme cita Williams (2018), o mercado de Senior Housing no Brasil ainda está em seus estágios iniciais e tem, segundo ele, um alto potencial, pois, além de ter um aumento significativo da demanda, não foi ainda muito explorado e desta forma, há muito pouca competição.

Apesar de já se despontar uma preocupação no mercado imobiliário com a população idosa, seja ela mais ativa ou a que exige mais cuidados, as variáveis de empreendimentos voltados a este público ainda são poucas.

Nota-se o início de uma preocupação, por parte das incorporadoras, de se produzir espaços que possuam arquitetura “inclusiva” e/ou “gerontológica”, ou que possa ser adaptada em algum futuro mas ainda não se tratam de empreendimentos diferenciados que pensam na vida do indivíduo sênior como um todo.

Em São Paulo, os residenciais para idosos mais comuns são os que mais se assemelham aos “Assisted Living” americanos, isto é, são residenciais com serviços diversos inclusos e são normalmente empreendimentos com o foco na população que possui uma renda compatível com os altos preços que este exige.

Segundo a revista publicação na revista Veja (2017)¹⁹ “estes empreendimentos oferecem infraestrutura, lazer e cuidados para população com um potencial de consumo de 1,6 trilhão de reais por ano. Estes que parecem ter substituído parte dos antigos asilos, ganham destaque ao oferecer atividades e liberdade de ir e vir para seus usuários.

Em contrapartida, as mensalidades exigem que o ocupante ou a família sejam das classes mais altas da população, uma vez que são valores expressivos.

O mercado paulistano em específico, possui diversos empreendimentos desta natureza. Lançado em 2014, o **Cora Residencial Senior**, pertencente à Brasil Senior Living (BSL), do fundo Pátria Investimentos²⁰ é atualmente a principal rede do ramo em São Paulo, e possui seis unidades localizadas nos bairros de Higienópolis, Campo Belo, Ipiranga, Jardins, Tatuapé e Vila

¹⁹ Em <<https://vejasp.abril.com.br/cidades/residenciais-para-idosos-novidades/>> . Acesso em julho 2019

²⁰ Fundo Pátria: gestora de recursos fundada no ano de 1988

Leopoldina, que somam 1.200 leitos. Estes oferecem uma variedade de serviços os quais o próprio hóspede pode escolher : terapias, cinema, jogos (inclusive de vídeo games), exercícios e outros. Os edifícios têm capacidade para atender até 200 moradores e possui quartos triplos, duplos ou individuais e há em média uma enfermeira para cada oito idosos. A taxa de ocupação varia em torno de 75%.

O **Cora** é inspirado no que já existe no Canadá e nos Estados Unidos, locais que as pessoas procuram para morar quando ainda estão com boa saúde, pois querem ter qualidade de vida, diversão, liberdade e segurança.

No Brasil, a procura por um residencial ainda é feita, na maioria das vezes, no momento em que o idoso está dependente de cuidados e depois da família já ter experimentado um esquema com cuidadores em casa que muitas vezes não dá certo.²¹.

O negócio pertence à **BSL** (Brasil Senior Living), criada pelo fundo Pátria Investimentos, a qual inicialmente investiu 150 milhões de dólares no **Cora**. Antes de entrar no mercado, foi realizada uma pesquisa com mais de 250 famílias para entender as necessidades delas, além da visita de mais de 100 instituições no Brasil e no mundo. Mesmo assim, isso não foi garantia para um negócio sem erros. A proposta deles é funcionar no modelo das *startups*, fazendo rapidamente os ajustes necessários quando um problema aparece.

Outro exemplo representante, que segue o mesmo padrão e tem obtido sucesso relevante, verificado através das notícias veiculadas é o **Sollar Ville Garaud**. Lançado há 20 anos, foi originado com o intuito de ser um residencial que unia moradia com cuidados médicos e lazer. Hoje existem 3 unidades com 54 leitos e a tendência é de expandir uma vez que há constantemente notícias publicadas de que há listas de espera em algumas de suas unidades.

A primeira unidade se localizou em Alphaville, dentro da Grande São Paulo e foi inaugurado há 13 anos com custo inicial de R\$ 4 milhões. Único no segmento a conquistar o ISO 9001, o **Solar Ville Garaude** conta com piscina aquecida, hidro, sauna, ducha, fitness, salões de estar, de beleza e de jogos, biblioteca, cinema com DVD, karaokê e internet²².

O **Residencial Santa Cruz**, na zona sul da Capital paulista, possui cinco anos de operação e demandou como investimento inicial R\$ 32 milhões de reais. Ao todo são 72 leitos, com uma taxa de ocupação de 53%, e mensalidades que variam entre 7.800 reais e 15.000 reais. Atividades de terapia, fisioterapia e recreativas assim como assistência de profissionais da saúde o dia inteiro e refeições são alguns dos serviços inclusos neste valor.

O **Vivace Residencial para Idosos** é outro empreendimento dentro desta categoria e que segue o mesmo perfil, sendo uma instituição privada criada para promover assistência em saúde e em qualidade de vida para idosos. Criado por médicos, fisioterapeutas e farmacêuticos, foi instalado em um prédio especialmente construído para o público idoso conceito conta com assistência de enfermagem 24 horas e outros cuidados exclusivos.

Assim, há na cidade de São Paulo, vários tantos outros exemplos de residenciais para idosos dentro deste conceito que aparentam ter sido bem-sucedidos, apesar de não termos buscado

²¹ Em <<https://projetodraft.com/inspirado-em-modelos-estrangeiros-a-cora-residencial-oferece-uma-nova-proposta-de-moradia-para-idosos/>>
Acesso em 21.07.2019

²² Em <<https://www.portaldoenvelhecimento.com.br/hotelaria-mercado-senior-atrae-investimentos/>>. Acesso em 10/07/2019

informações para este conhecimento por não fazer parte da presente pesquisa. Porém, acredita-se que, apesar de serem direcionados à classe A/B somente, ainda há um grande espaço para investimentos interessantes com este formato.

Em relação ao modelo do produto que desejamos propor possíveis atributo, não encontramos na cidade de São Paulo em nossas pesquisas nenhum que pudesse se assemelhar para que fosse possível avaliar algumas de suas características e obter informações.

5. PRODUTO IMOBILIÁRIO PROPOSTO COMO RESULTADO DA PESQUISA

Conforme discutido anteriormente, a pesquisa de campo realizada norteou a elencagem de alguns atributos que pudessem compor um produto segmentado a fim de atender aos anseios do público alvo representado pelos respondentes. Resultado da pesquisa

5.1. Resultado da pesquisa

O quadro a seguir mostra, resumidamente, os principais dados dos diversos aspectos abordados:

Quadro 02
Resumo resultado geral da pesquisa

PERFIL

Superior completo	Residente na cidade de São Paulo
Pós graduado	Aposentado
Entre 60 e 80 anos	Vive em residência própria

PRESENTE - SITUAÇÃO ATUAL

Proprietários de um ou dois imóveis
Residem em apartamento
Vivem somente com cônjuges ou só

HÁBITOS ROTINEIROS RELEVANTES

Em relação à atividade física

Praticam caminhada
Frequentam caminhada
Não se exercita

Em relação à transporte

Ainda dirigem
Utilizam o Uber
Utilizam ônibus

TECNOLOGIA

Possuem smartphone
Participam de redes sociais
Utilizam aplicativos para controle financeiro e pagamento de contas

DISPOSIÇÃO PARA MUDAR

Se mudariam da atual residência (65%)

CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS DO PRÓXIMO IMÓVEL

Próximos à residência dos filhos	Entre 70m ² e 100m ²
Áreas centrais ou bairros próximos ao centro	Preferem apartamento menor
Próximo a supermercado ou shopping center	com grande variedade de serviços
Não necessariamente próximo a estação de metrô	Preferem apartamentos com adaptações para idosos previstas

5.2. Proposta / hipótese

Através da análise dos dados obtidos foi possível extrair alguns elementos e elencar os possíveis atributos que poderiam compor um produto imobiliário que atendesse ao público objeto da pesquisa.

Apresentamos abaixo a emulação de um produto, a ser hipoteticamente situado em determinada área da cidade de São Paulo.

Conforme já discutido, é importante ressaltar que o produto arbitrado neste artigo procura atender o idoso saudável e ativo, o qual não quer abdicar de sua independência para ir e vir, mas ainda assim gostaria de estar próximo de seus filhos ou familiares. Segue abaixo o resumo da proposta, cujo detalhes são apresentados adiante.

Quadro 03 *Proposta atributos para produto imobiliário*

PRODUTO IMOBILIÁRIO

Prédio residencial com duas tipologias de apartamentos tipo:

- a. Uma tipologia menor proposta para residência dos idosos.
- b. Outra maior que proposta para residência das famílias e/ou filhos dos idosos com o intuito de se preservar a proximidade.

ESTRUTURAÇÃO

Incorporação imobiliária com venda de unidades habitacionais

SEGMENTAÇÃO E LOCALIZAÇÃO

- a. Público A/B
- b. Público Sênior A/B

Preferencialmente próximo aos corredores de ônibus e metrô e localização plana.

ATRIBUTOS DIFERENCIADOS

Estrutura:

- Entrada, hall e elevador exclusivo, separado dos demais;
- Apartamentos com áreas entre 70m² e 80m², com pequeno terraço;
- Apartamentos equipados com ar condicionado / aquecedor / sem desniveis, com normas de acessibilidade para cadeirante, com materiais visando a praticidade na arrumação e limpeza;
- Apartamentos equipados com sistema de segurança e comunicação especiais para situações de emergência;
- Locais reservados a serviços e conveniências diferenciados, exclusivos para este público, alguns inclusos no condomínio e outros "a la carte" assim como locais destinados à atividades de socialização.
- Área externa para lazer, jardim para contemplação/meditação/prática de ioga, Tai chi, piscina para prática de natação e aulas específicas para o público Sênior;
- Área para cinema / biblioteca / fototeca e outras atividades de lazer.

Serviços:

- Academias com áreas e equipamentos específicos e "personal trainer" sob demanda (por parceria, aplicativos, e outros);

- Serviços de conveniência como supermercado / lojas/ farmácia localizados nas áreas exclusivas no térreo, para atendimento incluindo diferenciais para o público Sênior, utilizando-se da fachada ativa (bonificação pertinente à legislação paulistana);
- Cardápio de aulas oferecidas em grupo ou particulares, de interesse de seniores (línguas, artesanato, oficinas, etc.).
- Agenda de atividades para socialização, exclusivos do público Sênior;
- Serviços de lavanderia, cozinheira, passadeira, manutenção predial, etc.
- Oportunidades para inclusão no trabalho, podendo exercer atividades dentro da própria administração do condomínio.

Fonte: Autores

Foi verificado através das respostas aos questionários, que a maioria já vive sem seus filhos, estão atualmente somente com seus cônjuges ou vivem só. Estas pessoas vivem em sua maioria em apartamentos e estão dispostas a se mudar, porém comentam que é extremamente relevante que residam próximos à residência de seus filhos. Este item foi determinante para a tipologia do produto hipotético arbitrado. Os idosos necessitam de privacidade, mas desejam morar próximo de seus filhos.

Desta forma, foi proposto que o edifício possuísse duas tipologias de residenciais:

- i. Apartamentos comuns, com área entre 140 e 200m² localizados nos andares mais altos e;
- ii. Apartamentos para seniores, com área entre 70m² e 100m², localizados nos andares inferiores (1º ao 6º - por exemplo).

A vantagem deste mix de oferta é de que pode permitir que o residente sênior resida nos andares mais baixos e seus filhos nos andares mais altos, por exemplo. Esta concepção rompe alguns paradigmas encontrados nos conceitos aplicados atualmente no Brasil e que geram insegurança aos compradores e aos incorporadores:

- i. Descaracteriza o edifício como um “residencial só para idosos”, que poderia configurá-lo como um hospital para seniores, e portanto, vai de encontro com o conceito de residencial para “idosos” ativos proposto neste estudo;
- ii. Permite também que o próprio residente de andares superiores, quando passar por modificações em sua vida e pensar em residir só, possa considerar em se mudar para os apartamentos menores abaixo, sem precisar sair do edifício e da região que estão inseridos;
- iii. Permite alguns serviços compartilhados do condomínio reduzindo o valor do mesmo.

Nesta proposta, seria priorizada a praticidade no que se refere à limpeza e conservação pois foi constatado também que este público alvo busca se mudar para imóveis menores e mais simples pois justamente não querem mais ter trabalho doméstico, preferem ter mais tempo livre, mesmo ficando mais tempo na habitação do que as novas gerações.

Com isto, a área dos apartamentos seria menor uma vez que as áreas de serviços e/ou depósitos poderiam ser compartilhadas. Porém, entendemos que é conveniente que exista dois quartos na habitação para que o idoso possa receber um acompanhante ou amigo ou parente distante.

A proposta é que o residente crie a rotina que mais lhe agrade: se prefere ficar mais em casa, encontrará tudo aquilo que quer ou de que necessita ao seu redor; se prefere sair de casa com frequência, deverá estar próximo de pontos de ônibus e ter um espaço para receber um serviço de transporte compartilhado ou um Uber. De qualquer forma, todos terão sempre o amparo de uma infraestrutura completa.

É possível ainda inclusive procurar uma situação semelhante à qual se estava habituado criando os apartamentos “Garden”, que possuem maior área para jardins e animais domésticos, para aqueles que sempre gostaram de morar em casa e acham que não irão se adaptar a um apartamento.

Foram também abordados outros aspectos, listados no Quadro 03, os quais tiveram uma boa aceitação pelos respondentes como possíveis atributos. Destaca-se ainda a necessidade de vaga de garagem como atributo para este segmento / geração pesquisado.

*Quadro 03
Outros aspectos relevantes pesquisados*

- localizado próximo ao metro ou terminal
- localizado perto de serviços como supermercado ou shopping center
- capacidade de acomodar auxiliar e/ou empregados
- apartamentos menores com áreas de serviços comuns (por exemplo lavanderia)
- academia
- pista de cooper
- jardim amplo para caminhada e contemplação
- salão de entretenimento / jogos / festas
- sala de cinema comum
- Garagem para visitantes
- Adaptação dos espaços para idosos e cadeirantes, acabamentos e equipamentos para idosos

Fonte: Autores

Foi verificado também através da pesquisa, que os respondentes priorizariam mudar para um condomínio que possuísse uma oferta de serviços disponíveis, compartilhados ou não, podendo ser adquiridos separadamente (a la carte) para desfrutar de uma certa comodidade e conveniência.

Sendo assim, outra característica diferenciada da proposta, é a de haver no edifício entradas separadas para cada público, porém a recepção/portaria pode ser compartilhada. Isto é justificado devido à dois aspectos:

- i. Permite que pessoas de qualquer idade residam nos apartamentos superiores reforçando a descaracterização de um residencial específico para idosos;
- ii. Permite ao mesmo tempo que o residente sênior sinta que mora em um complexo específico, que possua exclusividades e se sinta independente, não só dos parentes que possam residir acima, como do próprio público em geral.

Ainda em relação às áreas comuns, estas também devem oferecer alguma exclusividade a cada público do mesmo edifício. Como exemplos:

- Espaço para atividade física e lazer;
- Espaço para convivência social;
- Espaço para atividades em grupo;

Especificidades e diferenciais propostos:

Academia diferenciada: Uma área desta seria destinada exclusivamente ao público sênior, com os equipamentos mais adequados e com a possibilidade de contratar um “personal trainer” para acompanhar. Importante a possibilidade de aulas em grupos e ainda de poder atender outros idosos da comunidade do bairro.

Piscina: Deve se compor por uma específica para o público sênior praticar suas atividades e outras para uso comum - preferencialmente uma raia para prática de natação e uma pequena piscina para crianças. (O objetivo da utilização de uma parte das piscinas em comum promove o convívio, por exemplo, de netos com seus avôs em casos específicos.).

Serviços: A proposta é que o condomínio firme parceria com empresas de serviços, profissionais e/ou startups e oferecer uma grande gama de atividades aos residentes, desde fisioterapia e hidroginástica, caminhadas acompanhadas no bairro, até atividades no salão de jogos e entretenimento.

Loja de conveniência ou minis supermercado na fachada ativa: Poderia atender os dois públicos e o público em geral.

Espaço multifuncional: Propõe-se um espaço que possa ser utilizado e/ou locado para algumas atividades que possa atender aos dois públicos com profissionais específicos. Ex.: manicure e salão de beleza, acionadas através de aplicativos / telefone/ agendamento. barbearia, aulas individuais ou em grupo de idiomas, música, artesanato, computação, entre outros.

Inclusão social: Propõe-se que o condomínio separe algumas posições que pudessem ser oferecidas para o grupo que tivesse interesse em exercer sua antiga profissão, ou até iniciar uma nova, incluindo desta forma o idoso de volta ao trabalho, tarefas que podem ser exercidas em grupo em coparticipação a exemplo do co-living.

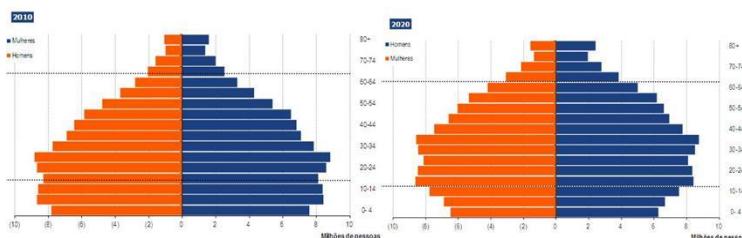
6. CONCLUSÃO

Em muitos países desenvolvidos e emergentes, a expectativa de vida da população está ultrapassando a marca de 75 anos. Em 2040 se espera chegar em 85 anos.

O Brasil está deixando de ser um país de jovens. Isto é resultado da alta fecundidade observada nos anos 1950 e 1960 aliada à redução da mortalidade em todas as idades em curso no país neste período, assim como o aumento da expectativa de vida, que alteraram a composição etária e contribuíram de forma significativa para o processo de envelhecimento populacional.

A figura abaixo ilustra a tendência da modificação da pirâmide etária do Brasil.

*Figura 03
Tendência pirâmide etária do Brasil*



Fonte: IBGE

Além deste fenômeno, que ilustra a tendência de perfil do Brasileiro ao longo dos anos, há mudanças comportamentais que se desenvolvem mundialmente e no Brasil, como a mudança do papel da mulher na sociedade, a longevidade do idoso, a mudança de sua atuação nesta fase da vida.

Apesar de que a demanda de residências para idosos irá certamente abranger não somente moradias, mas serviços de assistência médica associados, abre-se um nicho de mercado para residências para aqueles que ainda não requerem esta necessidade, mas que ainda gostariam de levar uma vida independente e diferenciada das etapas anteriores de suas vidas.

Ambientes físicos adequados à idade podem representar a diferença entre a independência e a dependência para todos os indivíduos, mas especialmente para aqueles em processo de envelhecimento.

Moradia e vizinhança seguras e apropriadas são essenciais para o bem-estar do jovem e do idoso. Para o último, a localização, incluindo a proximidade de membros da família, serviços e transporte podem significar a diferença entre uma interação social positiva e o isolamento.

O mais relevante como conclusão deste trabalho, porém, é a constatação de que os hábitos, estilos de vida e tendências entre as gerações estão se modificando e que, desta forma, os produtos imobiliários poderiam se propor a possuir cada vez mais atributos específicos que possam acompanhar estas tendências, ou seja, um produto formatado com abordagens inovadoras, que atendam a um público-alvo, tendem a ter sucesso futuramente.

Conclui-se, finalmente, que apesar de ser um tema que necessita de um grande volume de pesquisas mais aprofundadas e um avanço em constatações fundamentadas, o conceito de Sênior Housing já se apresenta como um importante nicho de mercado, e que já há tendências comprovadas que despontaram no mercado consumidor, abrindo oportunidades para muitas inovações no mercado de Real Estate.

7. REFERÊNCIAS

CAMARANO A.A. *A mulher idosa: Suporte as famílias ou agente de mudança?* In *Estudos avançados*. vol. 17, n. 49 (2003), p 35-64.

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142003000300004

Envelhecimento no Século XXI: Celebração e Desafio. Resumo Executivo publicado pelo Fundo de população das Nações Unidas. (UNFPA) NY. USA e Helpage International, London. UK, 2012.

https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Portuguese-Exec-Summary_0.pdf

FERREIRA, M.H.A. *Os avanços tecnológicos e a requalificação urbana: CBIC.* (Câmara Brasileira da Indústria da Construção. <https://cbic.org.br/industriaimobiliaria/2019/06/26/artigos-avancos-tecnologicos-e-a-requalificacao-urbana/>)>

KÜCHEMANN, B.A. *Envelhecimento populacional, cuidado e cidadania: velhos dilemas e novos desafios.* Soc. Estado vol. 27. n° 1. Brasília jan/abr 2012.

http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69922012000100010&script=sci_abstract&tlang=pt

PITELLI, D. *Empreendimentos para Terceira Idade: Diretrizes para a formatação do Produto.* Dissertação de mestrado apresentada à Escola Politecnica da universidade de São Paulo. (2005)

HOLZHEY, M. *Retirement Homes. Retirement care* CIO WM Research | 10 February 2017
<https://www.ubs.com/content/dam/WealthManagementAmericas/documents/lti-retirement-homes.pdf>

WILLIAMS, J.W – *Opportunistic Real Estate in Brazil: Senior Housing.* InDev Capital (2018).
<https://www.indevcapital.com/opportunistic-senior-housing-real-estate-brazil/>