

**Boletim Técnico da Escola Politécnica da USP**  
**Departamento de Engenharia de Construção Civil**

ISSN 0103-9830  
**BT/PCC/431**

---

**Empreendimentos para o público da terceira  
idade: diretrizes para a formatação do produto**

---

**Daniel Pitelli de Britto**  
**Eliane Monetti**

**São Paulo – 2006**

Escola Politécnica da Universidade de São Paulo  
Departamento de Engenharia de Construção Civil  
Boletim Técnico – Série BT/PCC

Diretor: Prof. Dr. Vahan Agopyan  
Vice-Diretor: Prof. Dr. Ivan Gilberto Sandoval Falleiros

Chefe do Departamento: Prof. Dr. Alex Kenya Abiko  
Suplente do Chefe do Departamento: Prof. Dr. Orestes Marraccini Gonçalves

Conselho Editorial  
Prof. Dr. Alex Abiko  
Prof. Dr. Francisco Ferreira Cardoso  
Prof. Dr. João da Rocha Lima Jr.  
Prof. Dr. Orestes Marraccini Gonçalves  
Prof. Dr. Paulo Helene  
Prof. Dr. Cheng Liang Yee

Coordenador Técnico  
Prof. Dr. João Petreche

O Boletim Técnico é uma publicação da Escola Politécnica da USP/ Departamento de Engenharia de Construção Civil, fruto de pesquisas realizadas por docentes e pesquisadores desta Universidade.

O presente trabalho é parte da dissertação de mestrado apresentada por Daniel Pitelli de Britto, sob orientação da Profa. Dra. Eliane Monetti: “Empreendimentos para o Público da Terceira Idade: Diretrizes para a Formatação do Produto”, defendida em 18/05/2005, na EPUSP.

A íntegra da dissertação encontra-se à disposição com o autor e na biblioteca de Engenharia Civil da Escola Politécnica/USP.

## FICHA CATALOGRÁFICA

Britto, Daniel Pitelli de  
Empreendimentos para o público da terceira idade: diretrizes  
para  
a formatação do produto / Daniel Pitelli de Britto, Eliane Monetti. --  
São Paulo : EPUSP, 2006.  
12 p. – (Boletim Técnico da Escola Politécnica da USP, Departamento de Engenharia de Construção Civil ; BT/PCC/431)

1. Empreendimentos imobiliários 2. Idosos I. Monetti, Eliane  
II. Universidade de São Paulo. Escola Politécnica. Departamento de Engenharia de Construção Civil III. Título IV. Série  
ISSN 0103-9830

## RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo propor diretrizes que orientarão empreendedores do setor da construção civil no desenvolvimento de empreendimentos com fins habitacionais para a terceira idade – *Seniors' Housing*. Para isso, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre as condições sociais e demográficas que marcaram a evolução do mercado de empreendimentos para terceira idade nos Estados Unidos e comparadas com as condições registradas no Brasil. Também foi estudado como foram estruturados os empreendimentos que atendem ao mercado norte-americano de moradia para a terceira idade. Depois, foram testadas as formatações encontradas junto à população paulistana, através de uma pesquisa de campo.

As principais conclusões foram a respeito da segmentação de mercado, características físicas desejáveis, serviços a serem ofertados e limitações na dimensão e forma de cobrança do preço. Os idosos preferem residir próximo de onde residem atualmente e devem ser segmentados por idade e renda, sabendo que quanto maiores as idades e rendas mais difíceis serão as mudanças. Uma *Seniors' Housing* deve ser mista, atendendo idosos tanto independentes quanto dependentes, sabendo que serviços são mais importantes que amenidades. Empreendimentos de base imobiliária são os mais indicados, com o empreendedor à frente da gestão do negócio, porém a propriedade e a posse da unidade habitacional é passada ao residente após o pagamento de um preço. O formato de custeio das operações mais indicado é o de pagamentos mensais como um pacote de serviços, dependendo do que o morador utilizar de prestação de serviços.

## ABSTRACT

This dissertation's objective is proposing how to plan residential projects for seniors in Brazil. In the United States, there are many of these projects, but in Brazil there aren't many to speak of. A literature review revealed that social and demographic conditions took place in the United States, and it was compared to Brazil's conditions. It also studied Senior Housing models where it verified with a market research if the existing models used for building in the United States are accepted by seniors who live in Sao Paulo city, Brazil.

The conclusion for this study is about market segmentation, physical and financial models. The seniors want to live near the actual home and should be segmented by income and age. The higher the age or income is, the more difficult it is to convince the seniors to move. Senior Housing should be projected to have a mix of services and amenities and should be appropriate to independent or dependent living. The owner of the Senior Housing should be the entrepreneur, but the units should be sold to residents after an entrance fee. The monthly fee should be charged at different levels depending upon the services or needs.

## 1. INTRODUÇÃO

Com o intuito de ampliar os estudos de opções de investimentos imobiliários em *real estate*, este trabalho fará uma análise sobre o público brasileiro formado por pessoas da terceira idade e os vetores que nortearão a formatação de empreendimentos específicos voltados para esse público, chamados nos Estados Unidos de *Seniors' Housing*.

É possível perceber uma lacuna existente entre os empreendimentos oferecidos no Brasil às pessoas da terceira idade. Ou são, no segmento residencial, sem direcionamento específico para os anseios das pessoas da terceira idade, pois são formatados para famílias com filhos em idade adulta ou ainda crianças, ou são retiros para abrigar idosos com alto nível de incapacidade física.

O produto imobiliário a que se refere a pesquisa é uma concepção pioneira no mercado residencial brasileiro em dois aspectos. O primeiro se refere à sua formatação física, pois agrega facilidades, como atividades sócio-culturais, serviços de cuidados médicos e diferente adaptação arquitetônica. O segundo aspecto se refere à formatação financeira que, pelas próprias características do público-alvo, necessita de um sistema diferenciado<sup>1</sup> de implantação que o destaca dentre empreendimentos até hoje implantados no Brasil, sendo este um importante vetor de competitividade.

### **1.1. Objetivo do trabalho**

O objetivo deste trabalho é o de propor diretrizes que orientarão empreendedores do setor da construção civil no desenvolvimento de empreendimentos com fins habitacionais para a terceira idade (*Seniors' Housing*), em seus possíveis segmentos, a partir do reconhecimento dos anseios e capacidades desse público. Essas diretrizes envolverão características físicas desejáveis para o produto, serviços a serem ofertados, e limitações na dimensão e forma de cobrança do preço.

### **1.2. Metodologia**

O método de pesquisa empregado no presente trabalho consiste em uma compilação bibliográfica de obras nacionais e internacionais em conjunto com uma pesquisa de campo a ser realizada com a população paulistana.

Na primeira parte, será conduzida a revisão bibliográfica sobre as condições sociais e demográficas que marcaram a evolução do mercado de empreendimentos para terceira idade nos Estados Unidos. Essas condições serão comparadas com as condições encontradas no Brasil. Esse quadro comparativo ensejará um reconhecimento do perfil do público da terceira idade e as tendências para os próximos anos.

Em seguida, ainda na revisão bibliográfica, serão estudados como foram estruturados os empreendimentos que atendem ao mercado norte-americano de moradia para terceira idade. Serão identificados os produtos de moradia por segmento de mercado atendido, produzindo como resultado a caracterização desses segmentos e quais são suas formações físicas, entendidas aqui como as principais características e os serviços oferecidos. O segundo vetor de pesquisa será referente à formatação financeira<sup>2</sup> de empreendimentos, onde será identificado como é alocado o preço no momento de implantação e também na operação do empreendimento.

---

<sup>1</sup> Como o público-alvo é composto por pessoas da terceira idade, os financiamentos tradicionais para compra de imóveis ou o sistema utilizado para aluguel podem não satisfazer seus anseios, como vai ser discutido ao longo do trabalho.

<sup>2</sup> O termo “formatação financeira” se refere tão somente à alocação do preço e forma de custeio das operações relacionadas a empreendimentos específicos para terceira idade. Aspectos relacionados a equacionamento de fundos, recursos para financiamento, dentre outros, estão fora do escopo do presente trabalho.

Após a revisão bibliográfica, será identificado, junto ao público da terceira idade brasileiro, quais são, das formatações utilizadas nos Estados Unidos, as mais atraentes para cada segmentação desse público, através de uma pesquisa de campo com pessoas residentes e domiciliadas na cidade de São Paulo, mesmo local da aplicação da pesquisa.

A pesquisa de campo testará quais são as preferências da população paulistana em relação às tipologias, modelos e formatações dos produtos conforme são oferecidos no mercado norte-americano. O questionário aplicado nesta pesquisa, é do tipo estruturado, com 35 questões fechadas, no qual é solicitado ao respondente de maneira pessoal ou por telefone, que assinale sua resposta dentre as alternativas propostas. As respostas possuirão três padrões de escolha: preferências pré-escolhidas, discordância ou concordância e grau de importância.

Por questões financeiras e de prazo, a amostra foi selecionada por julgamento do pesquisador, que considerava que determinado indivíduo fazia parte do público de interesse. Pode-se considerar, como público de interesse, qualquer indivíduo que resida na cidade de São Paulo, possua mais de 60 anos e renda média familiar mensal acima de 10 SM. Esse filtro delimitador de renda, se justifica devido a entender que o acesso à moradia das classes de baixa renda cabe à iniciativa pública, pois esse estrato de renda, em geral, não possui capacidade de pagamento suficiente para remunerar o capital investido em empreendimentos residenciais.

Nesses caso, de seleção por julgamento, segundo Malhotra (1997), os elementos do universo são escolhidos porque servem ao propósito da pesquisa, como, por exemplo, estão em lugares de fácil acesso aos pesquisadores. Devido a esse julgamento, as extrapolações estatísticas serão válidas em relação ao próprio grupo amostral, recomendando-se assim que sejam evitadas conclusões e comparações diretas sobre o universo, mas sim preferências do próprio grupo amostral.

A amostragem foi realizada por cotas representativas da população paulistana e seleção aleatória de 91 pessoas com mais de 60 anos de idade. O tamanho da amostra foi arbitrariamente definido para que, com uma confiabilidade de 94,3%, o erro da amostra seja de 10% para mais ou menos. Cabe ressaltar que para esta amostra ser representativa da cidade de São Paulo, mesmo com tamanho reduzido, serão entrevistados idosos de diferentes regiões da cidade, pois caso contrário podem-se estar inculindo erros de viés de pesquisa.

Os resultados inferidos a partir dessa pesquisa são válidos para pessoas com mais de 60 anos de idade residentes na cidade de São Paulo e com renda superior a 10 salários mínimos em dezembro de 2004, data de aplicação do questionário.

Após a apresentação dos resultados da pesquisa de campo, o trabalho será concluído, sugerindo as possíveis segmentações do mercado formado por pessoas da terceira idade e as formatações físicas e financeiras que parecerão mais atraentes para cada segmento.

## **2. A TERCEIRA IDADE NO BRASIL E NOS ESTADOS UNIDOS**

Diversos fatores influenciaram substancialmente a criação ou desenvolvimento da indústria de *Seniors' Housing* como ela é hoje nos Estados Unidos: demografia, planos de assistência médica, situação econômica dos idosos e o

impacto pelos familiares trabalharem fora (BRECHT, 2002). Por esse motivo, esses serão os indicadores utilizados para a comparação entre os dois países.

A principal conclusão que pode ser realizada referente ao mercado formado pelas pessoas da terceira idade é que todos os indicadores sinalizaram para um mercado em expansão e com demanda, gerando assim uma nova oportunidade aos empreendedores do setor da construção civil.

Isso se deve ao fato da percepção de como o público da terceira idade é atendido no mercado norte-americano e como o público da terceira idade brasileiro está sendo atendido. Inicialmente criado com fins sociais para suprir as necessidades de idosos que necessitavam de moradia e cuidados, em geral, médicos, mas não possuíam recursos para atender essas necessidades, as *Seniors' Housing* se transformaram em negócio devido ao [i] – aumento expressivo dessa população no último século, [ii] – aumento da expectativa de vida que gerou dois novos fatores: maior tempo na fase idosa e o aparecimento de doenças típicas de idades avançadas, [iii] – enriquecimento das pessoas da terceira idade e [iv] – casais exercendo atividades profissionais fora do lar e contribuindo para a formação da renda familiar (BRECHT, 2002; DUBOIS, 1994; CARROL, 1999)

O tamanho atual da população da terceira idade brasileira já ultrapassa o tamanho da população da terceira idade norte-americana, em participação sobre a população atual, do que quando foi deflagrado esse mercado nos Estados Unidos (BRECHT, 2002). Porém, esse aumento na demanda por residências adaptadas aos anseios de pessoas na terceira idade foi atendido de maneira tímida no Brasil, se comparado aos Estados Unidos (IBGE, 2002).

Mesmo podendo ser considerado como sendo um mercado maduro naquele país, não é um mercado para todos, pois se não, mais idosos norte-americanos residiriam em *Seniors' Housing* do que vivem hoje, segundo a AAHSA<sup>3</sup>, cerca de 4,29% desse público, dividido tanto em empreendimentos com fins lucrativos como sem fins lucrativos. Mas não deixa de ser, com isso, um mercado atrativo ao setor da construção civil.

Os dois fatores impulsionados pelo aumento na expectativa de vida – maior tempo de vida na fase da terceira idade e aparecimento de males típicos de idades avançadas, foram notados no Brasil com muita semelhança aos Estados Unidos. Os idosos brasileiros estão vivendo mais e também necessitando mais de cuidados médicos que no passado. As projeções do IBGE (2002) sinalizam para um aumento nessa expectativa de vida para 2020, resultando automaticamente em um maior envelhecimento da população.

Os males típicos da terceira idade possuem também números semelhantes ao da população norte-americana<sup>4</sup>. No Brasil e nos Estados Unidos, mais de 40% das pessoas da terceira idade possuem algum mal sensorial, físico ou mental, resultando assim na necessidade por cuidados constantes e/ou na impossibilidade de executar todas as atividades diárias, entendidas como banho, vestir-se, alimentar-se, levantar, sentar ou deitar em camas ou cadeiras, andar e ir ao banheiro (VERAS, 2002; US CENSUS BUREAU, 2000)

---

<sup>3</sup> AAHSA – *American Association of Homes and Services for the Aging*. Disponível em: <http://www.aahsa.org/>. Acessado em 29/04/2004.

<sup>4</sup> *U.S. Census Bureau – Population Division, Population Projections Program*. Disponível em: <http://www.census.gov>. Acessado em: 12/04/2004.

Essas atividades, antes supridas pela família, agora encontram resistência, devido à transformação na forma de trabalho da atual sociedade em que o casal, marido e esposa, trabalham fora dos seus lares, não restando, portanto, alguém para auxiliar as pessoas da terceira idade, fenômeno esse muito similar no mercado dos dois países (IBGE, 2000; US CENSUS BUREAU, 2000; CARROL, 1999).

Segundo Carrol (1999) e Gordon (2002), o fato dos casais trabalharem fora, aliado ao aumento de renda da população da terceira idade, foi determinante para possibilitar o custeio de *Seniors' Housing* por parte dos norte-americanos idosos. Esses fatos (casal exercendo atividades profissionais e aumento dos rendimentos da população idosa) também ocorreram no Brasil, mas sem o acompanhamento do setor da construção civil brasileiro a esses fenômenos.

Um fator que deve ser considerado, por empreendedores brasileiros, é o pioneirismo desse tipo de negócio. Através de pesquisas de demanda, mesmo que em caso de respostas positivas a respeito de implantações de *Seniors' Housing*, eventuais limitações culturais podem se tornar um obstáculo que impossibilite a comercialização dessa tipologia de empreendimento.

É de difícil mensuração, pois é um risco de característica difusa, mas é importante, principalmente na exposição e divulgação de *Seniors' Housing* para o público da terceira idade brasileiro, quebrar eventuais paradigmas que se tornem latentes, como a associação de empreendimentos específicos da terceira idade com a imagem de asilos, que possui a imagem de um local onde se colocam idosos renegados pela família (VERAS, 2002).

### **3. MERCADO DE EMPREENDIMENTOS PARA A TERCEIRA IDADE**

O mercado de empreendimentos para terceira idade é formado por pessoas acima de 65 anos nos Estados Unidos e 60 anos no Brasil<sup>5</sup> que podem ser divididos em três grupos, independentes, semi-independentes e dependentes, com anseios e necessidades distintas.

A contribuição do estudo dos formatos das *Seniors' Housing* existentes no mercado norte-americano que atendem somente idosos dependentes, não apresentou um modelo inovador ou pioneiro, pois se assemelha ao tratamento realizado no Brasil em casas de repouso e *home care*<sup>6</sup>.

Porém, os formatos de produtos residenciais encontrados no mercado norte-americano que atendem aos grupos de idosos independentes e semi-independentes se distinguem dos produtos residenciais brasileiros que atendem atualmente a esse público.

A primeira conclusão a respeito das *Seniors' Housing* que atendem o mercado norte-americano é que não se restringem a apenas um público, com uma idade e

---

<sup>5</sup> A OMS – Organização Mundial de Saúde classifica como sendo idosa, uma pessoa que ultrapassou os 65 anos de idade, residindo em países desenvolvidos e 60 anos, residindo em países em desenvolvimento, caso do Brasil (IBGE, 2002). Por esse motivo os limitadores etários adotados para definir a terceira idade no Brasil e nos Estados Unidos foram distintos.

<sup>6</sup> *Home Care* é o fornecimento de cuidados contínuos nas residências dos idosos com enfermeiras e acompanhantes. Esse nome é largamente utilizado pelas empresas que prestam serviços médicos e de enfermagem e por isso mantido no inglês (VERAS, 2002).

necessidade. Quando um morador ingressa em um empreendimento específico para terceira idade, possui anseios e, principalmente, necessidades que variam conforme a continuidade de sua vida e seu natural envelhecimento. As *Seniors' Housing* que apresentam maiores taxas de ocupação nos Estados Unidos são aquelas que atendem tanto idosos mais independentes quanto aqueles mais dependentes, tendo que possuir, portanto, amenidades e prestações de serviço compatíveis em cada estrato (MULLEN, 1992).

Esses empreendimentos mistos apresentam um número decrescente de oferta de unidades, do idoso mais independente para o mais dependente, ou seja, possui mais unidades *independent living* e menos *nursing care*<sup>7</sup>. Isso se deve ao fato de haver mais pessoas independentes habitando *Seniors' Housing* que pessoas dependentes.

Empreendimentos específicos para terceira idade são resistentes ao tempo, do ponto de vista mercadológico. Dos empreendimentos norte-americanos estudados, todos com taxas de ocupação superiores a 95%, há empreendimentos de 2 a 17 anos, sinalizando que há outros fatores, que não a idade, mais importantes quando da decisão por ingressar em uma *Seniors' Housing*.

Nos Estados Unidos há empreendimentos que atendem aos mais diversos estratos de renda. No estudo de Mullen (1992), nenhum está formatado para um público de alta renda, todos são focados na classe média. Isso mostra que, naquele mercado, não se mostra favorável a implantação de empreendimentos para esse público.

Os empreendimentos mais antigos dos Estados Unidos são também os que oferecem mais unidades habitacionais, mostrando que está ocorrendo uma diminuição na oferta de unidades habitacionais por empreendimento. Isso possivelmente está ocorrendo para diminuição de riscos mercadológicos e financeiros. Das 1.300 unidades do empreendimento mais antigo, os mais novos possuem não mais que 200, o que já representaria para o mercado brasileiro uma oferta fora dos padrões de implantação de empreendimentos, que se situam entre 40 e 80 unidades (MULLEN, 1992).

Sobre a formatação financeira, foram analisados dois aspectos: [i] - quando do ingresso, ou adesão, do morador e [ii] - no custeio da operação de um empreendimento específico para terceira idade. Independentemente do formato financeiro de cobrança e alocação do preço a tipologia recomendada para implantação de empreendimentos específicos para terceira idade é a de base imobiliária, pois o comprometimento do empreendedor com a qualidade do empreendimento garante sua sustentabilidade ao longo prazo, ao passo que em caso de administração por parte dos residentes há a perda da visão sistêmica do negócio em prol dos anseios e necessidades particulares de cada morador (GORDON, 2002; GOLDMAN, 1990).

A primeira consideração a ser exposta sobre a formatação financeira de um empreendimento específico para terceira idade versará sobre o pagamento na adesão

---

<sup>7</sup> *Independent Living* são as unidades projetadas para atender idosos independentes, que são atraídos por esses empreendimentos pelas atividades recreacionais e sociais, além do convívio com outras pessoas de mesma idade. *Nursing Care* são unidades para idosos com alta incapacidade física, por exemplo, acamados, que necessitam de cuidados médicos e de enfermagem constantes (GORDON, 2002).

do morador. É habitual no mercado da construção civil, a cobrança de um preço no ingresso de um morador em um empreendimento. A discussão, portanto, cabe se esse valor deve ser reembolsável ou não reembolsável, formatos utilizados nos Estados Unidos. Em caso de propriedade por parte do morador, possivelmente o problema mercadológico do morador sentir que está pagando por algo que não é de sua propriedade não ocorrerá. Portanto, nesse caso, a cobrança pode ser realizada de maneira não reembolsável.

Nos casos em que a propriedade é do empreendedor e não do morador a discussão envereda pelo equilíbrio entre remunerar o investimento de maneira adequada e a aceitação por parte dos moradores em pagar por algo que não lhes pertence. É tendência nos Estados Unidos, que nos casos em que a posse é do morador e a propriedade do empreendedor, todos os valores pagos na adesão sejam de alguma forma reembolsáveis, seja em prestação de serviços com custos menores por alguns anos, dinheiro, descontos ou outro formato de reembolso acertado entre empreendedor e moradores (GORDON, 2002).

A segunda discussão sobre o formato financeiro se faz a respeito do custeio de um empreendimento específico para terceira idade quando em operação. Dois se destacam e pelo mesmo motivo: não há a necessidade de educar os moradores a respeito do funcionamento do formato. Ou seja, a questão mercadológica da fácil aceitação por parte do público da terceira idade incita, na escolha dos formatos de condomínio ou aluguel, como os melhores formatos de gestão financeira de uma *Seniors' Housing*, além de possibilitarem uma operacionalidade adequada aos moradores (KASLOW, 1980; STEVENS, 1988; GIBLER, 1998).

## **4. PESQUISA DE CAMPO**

### **4.1. Descrição do Universo**

A população com mais de 60 anos de idade representa, segundo o Seade (2004), mais de 10% da população total, possuindo 1.063.128 pessoas nesse segmento. Contudo, essa população é notadamente heterogênea dependendo da região da cidade em que as pessoas da terceira idade vivem (SEADE, 2004). Como na pesquisa a amostra também foi segmentada pela renda além de idade, será seguida a mesma classificação de renda (salários mínimos) utilizada pelo Seade<sup>8</sup>. Em São Paulo, no ano de 2000, havia mais de 450 mil pessoas acima de 60 anos e com renda familiar média mensal acima de 10 salários mínimos (IBGE, 2000).

Os respondentes com renda familiar mensal inferior a 10 salários mínimos serão desconsiderados da amostra. Esse limitador se faz presente porque foi adotado como premissa, que empreendimentos voltados a estratos de renda inferiores necessitam de aportes de capital público, não sendo esse o foco desse estudo. Para garantir a representatividade da amostra em relação ao universo, a amostra foi escalonada também por região da cidade. A distribuição das pessoas nos mais diversos bairros é heterogênea e, pelo tamanho da amostra, não será realizado o escalonamento por bairro, mas o faremos por grandes regiões.

---

<sup>8</sup> A fundação SEADE é ligada ao IBGE, por isso segue a mesma tábua de segmentação de renda.

## 4.2. Descrição da Amostra

Segundo Mazzon (1981), a importância de um plano amostral está relacionada ao fato de, através dele, poder-se generalizar para o universo as conclusões obtidas no ambiente amostral. Por isso, se faz necessário que a amostra reflita, em suas principais variáveis, uma distribuição semelhante ao universo amostral. As variáveis demográficas que são descritas abaixo e comparadas ao universo são [i] – gênero, [ii] – idade, [iii] – renda e [iv] – região, com destaque para as duas últimas, as quais foram selecionadas como variáveis de, respectivamente, restrição e escalonamento da amostra.

A amostra possui 91 respondentes, sendo 90 com dados válidos. Desses 36,7% do sexo masculino e 63,3% do sexo feminino, enquanto o universo possui, segundo o IBGE (2002), uma relação de 40% de homens e 60% de mulheres. Realizando o Teste T para amostras independentes, se auferiu que, com uma confiança de 95%, o gênero feminino possui um intervalo de 53,18 a 73,48%, e o gênero masculino, um intervalo de 26,52 a 46,82%, portanto representativos do universo.

A idade dos respondentes também apresentou resultado representativo do universo. A cidade de São Paulo possui 32,1% de pessoas entre 60 e 64 anos, 24,5% entre os 65 a 69 anos e 43,4% com mais de 70 anos. Os respondentes foram escalonados, fazendo-se um cruzamento entre renda e local de moradia. O agrupamento foi induzido pela maior incidência de pessoas acima de 60 anos e com renda familiar média mensal superior a 10 SM<sup>9</sup>.

O agrupamento se fez por várias razões. A primeira que se pode destacar é limitação do número de respondentes por bairro, pois como a amostra possui 91 respondentes e o universo possui mais de cem bairros, haveria muitos bairros, a maioria, com menos de um respondente. O agrupamento respeitou critérios de renda dos moradores dos bairros de cada região da cidade. Como, em geral, os bairros com uma população com maior renda ficam mais próximos ao centro e os bairros mais periféricos possuem uma população com menos renda, classificamos, respectivamente, como região próxima e região afastada cada zona da cidade de São Paulo.

A amostra é, portanto, representativa do universo amostral dentro do intervalo de confiança e erro arbitrados de, respectivamente, 94,3% e 10%, podendo, assim, ser conclusiva sobre as preferências da população acima de 60 anos e 10 SM, residentes na Cidade de São Paulo.

## 4.3. Hipóteses e testes estatísticos utilizados

Para identificar a partir da amostra as preferências da população paulistana, ensejando, assim, possíveis formulações de produtos de moradia para terceira idade que sejam atraentes a esse público, serão elaboradas duas formas de análise dos dados da pesquisa. A primeira será qualitativa a partir das informações geradas pela pesquisa e a segunda será quantitativa onde, por meio de testes estatísticos, aceitar-se ou não as hipóteses enunciadas. Ressalta-se que o objetivo das análises qualitativas e quantitativas é inferir preferências desse público com mais de 60 anos sobre [i] – segmentações possíveis desse público, [ii] – anseios sobre o local de

---

<sup>9</sup> Salários Mínimos.

implantação, [iii] – formatação física e [iv] – formatação financeira, diretrizes estas escolhidas para análise.

O teste do Qui-quadrado testa a hipótese das variáveis serem independentes (H0) ou dependentes (H1). Caso o nível de significância seja inferior a 0,05 rejeita-se H0, caso seja superior a 0,05, aceita-se H0 (GAGEIRO & PESTANA, 2000). Esse teste será aplicado quando forem comparadas duas variáveis ordinais. Outro teste estatístico aplicado sobre a amostra foi o Teste T para amostras independentes. Como está se testando se uma escolha é maior que a outra, caso o intervalo de confiança se situe acima ou abaixo de 0,50 ou 50%, pode-se afirmar com uma confiança de 95% que determinada escolha é maior ou menor que a outra escolha.

#### 4.4. Resultados

HIPÓTESES	ANÁLISES ESTATÍSTICAS	SIGNIFICÂNCIA OU IC	CONCLUSÕES
<b>SEGMENTAÇÕES DO PÚBLICO-ALVO</b>			
Quanto maior a renda menor a pré-disposição a mudar	Teste Qui-Quadrado	0,360	Não há dependência entre as variáveis. Rejeita-se a hipótese.
Quanto menor a idade maior a pré-disposição a mudar	Teste Qui-Quadrado	0,166	Não há dependência entre as variáveis. Rejeita-se a hipótese.
As mulheres tendem a aceitar uma mudança de residência mais que os homens	Teste Qui-Quadrado	0,577	Não há dependência entre as variáveis. Rejeita-se a hipótese.
Os idosos que vivem sozinhos ou com o cônjuge tem maior propensão a mudança do que quem vive com os filhos	Teste Qui-Quadrado	0,456	Não há dependência entre as variáveis. Rejeita-se a hipótese.
A opinião do idoso é mais relevante sobre a decisão de escolher o empreendimento do que de outras pessoas	Teste T para amostras independentes	0,51 a 0,69	É significante sobre as demais respostas. Aceita-se a hipótese.
Viúvos tem a mesma propensão a mudar que casados	Teste Qui-Quadrado	0,578	Não há dependência entre as variáveis. Rejeita-se a hipótese.
<b>ANSEIOS SOBRE O LOCAL DA IMPLANTAÇÃO</b>			
Habitar perto de onde vive atualmente é mais relevante na escolha de um empreendimento que outras opções	Teste T para amostras independentes	0,50 a 0,74	É significante sobre as demais respostas. Aceita-se a hipótese.
<b>FORMATAÇÃO FÍSICA DO PRODUTO</b>			
Baixo Custo é menos importante que Prestação de serviços	Teste T para amostras independentes	0,09 a 0,29	É significante sobre as demais respostas. Aceita-se a hipótese.
<b>FORMATAÇÃO FINANCEIRA DO PRODUTO</b>			
A preferência por possuir somente a posse é menor do que por possuir a propriedade	Teste T para amostras independentes	0,04 a 0,21	É significante sobre as demais respostas. Aceita-se a hipótese.
A preferência é por utilizar recursos próprios	Teste T para amostras independentes	0,13 a 0,32	É significante sobre as demais respostas. Aceita-se a hipótese.
Não há preferência por mitigar os riscos de comprometimento de renda mediante seguro	Teste T para amostras independentes	0,58 a 0,79	É significante sobre as demais respostas. Aceita-se a hipótese.
A opção de pagamento fixo pelos serviços contratados é maior que as demais	Teste T para amostras independentes	0,29 a 0,52	Não é significante. Rejeita-se a hipótese.

Tabela 1 – Hipóteses e testes estatísticos aplicados na amostra da pesquisa.

## 5. CONTRIBUIÇÕES DO ESTUDO

As contribuições do presente estudo se concentram em propor diretrizes para empreendedores do setor da construção civil que vislumbram novas oportunidades de investimento, em especial na cidade de São Paulo, local da realização da pesquisa exploratória. As diretrizes propostas se referem à segmentação de mercado, características físicas desejáveis, serviços a serem ofertados e limitações na dimensão e forma de cobrança do preço.

A segmentação de mercado para definição do público-alvo começa com a definição do local da implantação. Assim como em produtos residenciais focados em outros públicos que não o da terceira idade, a proximidade de supermercados, drogarias e hospitais são fatores de decisão na mudança. Pessoas da terceira idade têm necessidades especiais, por isso a proximidade à moradia dos filhos – implantando assim produtos em bairros onde a população seja madura, perfil dos filhos de pessoas da terceira idade, e não em bairros muito jovens, clubes que tenham serviços à terceira idade e acesso a transporte público – pois a maioria não dirige mais, são atributos quando da arbitragem do local da implantação.

Os idosos paulistanos preferem residir próximo ao local onde residem atualmente, portanto produtos residenciais no campo ou praia, possuem mais risco de demanda, pois essa é menor. A segmentação pode ser realizada de diversas maneiras, sugere-se por idade e renda do público da terceira idade. A determinação desse público pode ser realizada determinando um limite geográfico em torno de um local escolhido como sendo o de implantação.

Cabem algumas considerações sobre o momento de arbitrar a idade e a renda do público-alvo, baseados na pesquisa exploratória com validade para a cidade de São Paulo. Sobre a renda, quanto maior a renda, menor a possibilidade de mudança. Portanto, a aderência de empreendimentos focados em rendas médias tende a ser maior que aqueles formatados para público de alta renda. O inverso ocorre com a idade. Quanto maior a idade, menor a propensão à mudança. Portanto, no caso de arbitragem de um público idoso mais jovem, espera-se que uma maior gama de serviços sejam oferecidos.

Na pesquisa exploratória realizada, ficou atestado que não é com o objetivo de reduzir os custos com a atual moradia que ensejariam os idosos à mudança. Isso remete à importância de possuir em um empreendimento específico, prestações de serviços e amenidades condizentes com os anseios do público da terceira idade para que os motivem a mudar de residências tradicionais.

Possuir algumas unidades formatadas para o atendimento de idosos com elevada incapacidade física em conjunto com o oferecimento de unidades para idosos independentes que usufruam atividades sociais e recreacionais, se apresenta como o melhor formato para empreendimentos específicos para terceira idade.

A ênfase aos serviços – faxina, lavagem de roupa e pensão completa, ao invés de amenidades como estrutura de lazer, é recomendável para atender aos anseios da população idosa. Essa constatação reduz os investimentos da implantação, porém tende a aumentar os custos operacionais.

Ao contrário de muitas *Seniors' Housing* existentes no mercado norte-americano, apresentando inclusive altas taxas de ocupação, a opção por aluguel é a menos aconselhada para o público da terceira idade, pois é o formato que apresentou a menor preferência por parte dos idosos paulistanos.

Pelas características inerentes a um empreendimento que possui diversas prestações de serviços, entre as quais serviços médicos e de enfermagem, a figura do empreendedor à frente da gestão do negócio, mostra-se como o formato mais indicado, caracterizando assim empreendimentos para terceira idade como empreendimentos de base imobiliária.

Mesmo que possam ser implantados como empreendimentos imobiliários e os proprietários contratem um operador ou administrador para gerir o negócio, não se mostra como a melhor opção em longo prazo devido à falta de pensamento sistêmico e de escolha de futuros residentes quando os atuais virem a mudar ou falecer.

Trata-se das alocações de preço e cobrança neste item em dois momentos, no ingresso do idoso em uma *Seniors' Housing* e no custeio da operação. A cobrança de um preço no ingresso e a conseqüente passagem da propriedade da unidade para o morador, conclui-se como sendo a mais vantajosa, pois não há necessidade de educar os consumidores (o público está acostumado a pagar uma quantia no ingresso em uma residência e receber em troca a propriedade sobre a mesma) e, ainda, possibilita a recuperação e remuneração sobre o capital investido em menos tempo, aumentando assim a qualidade econômica do negócio e atende as preferências de grande parte do público da terceira idade em querer a propriedade como maneira de segurança quanto ao futuro.

A discussão sobre o custeio do negócio quanto em operação remete a duas opções, pagamento de mensalidades e condomínio. O pagamento de mensalidades se assemelha muito ao condomínio dependendo de sua forma de estruturar. Essa diferenciação se faz presente apenas para diferenciar quando o morador não possui a propriedade (mensalidade) ou possui a propriedade (condomínio).

Como o aconselhável é que um empreendimento específico seja misto, ou seja, possua tanto *independent living* quanto *assisted living*, tanto pessoas mais independentes quanto mais dependentes, e é natural que as pessoas anseiem viver de maneira mais independente, conclui-se por um formato que tenha pacotes de preços dependendo dos serviços e/ou unidades habitacionais utilizadas.

Pode haver, então, um valor a ser cobrado mensalmente, de todos os moradores, referente à unidade mais barata, incluindo serviços comuns a todos. A partir desse preço, seriam cobrados valores extras dependendo dos serviços e/ou unidades que o idoso fosse necessitando. Essa estrutura recomendada se assemelha a pacotes de preços e a transferência de um idoso para uma unidade como para uma unidade *nursing care* não necessariamente lhe tiraria a propriedade de sua unidade anterior.

## 6. BIBLIOGRAFIA

- ANDERSON, Katherine. *Growing old purposefully*. Volume 60, Issue 02, Star Page 54. Chicago: Journal of Property Management, 1995.
- ANDREWS, Mark. *Senior Living Development: Key Considerations*. Washington, D.C.: Greystone, 1997.
- BRECHT, S.B. *Analyzing Senior's Housing Markets*. Washington, D.C.: ULI – Urban Land Institute, 2002.
- BROD, K.L. *The CCRC Industry 1997 Profile*. Washington, D.C.: AASHA, 1998.
- CARROLL, Thomas M. *Transitory effects of disamenities on residential housing values: The case of public and senior housing*. Volume 05, Issue 03, Pagination 287 - 297. Boston: Journal of Real Estate Portfolio Management, 1999.
- DOBKIN, L. *The World of Retirement Housing According to ARRP: Opportunities and Obstacles*. New Jersey: The Spectrum, 1993.

- DUBOIS, Renee. *Options to finance senior housing focus on strength of business*. Volume 36, Issue 11, Star Page 110. Atlanta: National Real Estate Investor, 1994.
- ERNST & YOUNG. *Continuing Care Retirement Communities: An industry in action*. Washington, D.C.: AAHA, 1987.
- GAMZON, Mel. *Emerging senior housing industry depends on political scene*. Volume 37, Issue 02, Star Page 65. Atlanta: National Real Estate Investor, 1995.
- GIBLER, K.M.; LUMPKIN, J.R.; MOSCHIS, G.P. *Making the decision to move to retirement housing*. Vol. 15, pg. 44-54. Journal of Consumer Marketing, 1998.
- GOLDMAN, J.; KAUFMANN, P. *Membership Formats for Retirement Facilities*. Washington, D.C.: The Spectrum, 1990.
- GORDON, P.A. *Seniors Housing and Care Facilities*. Washington, D.C.: ULI – Urban Land Institute, 2002.
- GORSUCH, John F. *Capital keeps flowing into seniors housing*. Volume 39, Issue 07, pg. 6 – 9. Atlanta: National Real Estate Investor. 1997.
- HORWITZ, Barbara. *Savvy senior housing*. Volume 42, Issue 12, Pagination 26 – 29. Chicago: Building Design & Construction. 2001.
- IBGE – INSTITUTO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Perfil dos idosos responsáveis por domicílios no Brasil*. Rio de Janeiro: IBGE, 2002.
- JENSEN, K.H. *The Assisted Living Industry: What a Difference a Year Makes*. Baltimore: Legg Mason, 1999.
- KASLOW, S. *Cooperative, Condominium Ownership Compared*. Issue 19. Los Angeles: The National Law Journal, 1980.
- LAVENTHOL; HOWARTH. *The Senior Living Industry*. Philadelphia: Pennsylvania, 1986.
- LEE, E.; GIBLER, K.M. Preferences for Korean seniors housing. Vol.22, n.1, pg. 112-135. Bradford: Journal of Property Investment & Finance, 2004.
- MALHOTRA; N. *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Makron, 1997.
- MAZZON, J.A. *Análise do Programa sob o Conceito de Marketing Social*. São Paulo: Tese. Faculdade de Economia, Adm e Contabilidade da USP, 1981.
- MULLEN, A. J. et al. *Outstanding Examples of Seniors Living Projects*. Vol. 6. Washington, D.C.: ASHA Case Studies, 1992.
- PESTANA, M.H.; GAGEIRO, J.N. *Análise de dados para Ciências Sociais: A Complementaridade do SPSS*. 2ª ed. Lisboa: Ed. Sílabo, 2000.
- ROCHA LIMA Jr., J. *Planejamento do Produto no Mercado Habitacional*. Boletim Técnico da Escola Politécnica da USP, BT/PCC/110. São Paulo: EPUSP, 1993.
- STEINER, John E. Jr.; KNEEN, John W. *Senior housing developments raise legal issues for CFOs*. Atlanta: Healthcare Financial Management, 1995.
- STEVENS, R.B. *Assesing the Market for a Lifecare Community*. Vol.3, N. 4. Journal of Real Estate Development, 1988.
- VERAS, R. *Gestão Contemporânea em Saúde na Terceira idade*. Rio de Janeiro: 2002.
- WETZLER, R.C.; LAGEMAN, R. *Measuring Demand for Seniors Housing*. Fitch, Duff & Phelps, 2000.