

EL **CONSUMIDOR SÉNIOR** Y LA VIVIENDA: UN ESTUDIO SOBRE SUS ACTITUDES HACIA LAS **COMUNIDADES DE MAYORES**



FUNDACIÓN
MIGUEL ROSA MORÁN

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	3
1.- INTRODUCCIÓN.....	6
2.- LA IMPORTANCIA DE LA GENERACIÓN SÉNIOR EN EL CONTEXTO DEMOGRÁFICO NACIONAL Y REGIONAL.....	10
2.1. LA GENERACIÓN SÉNIOR EN ESPAÑA.....	11
2.2. LA GENERACIÓN SÉNIOR EN EXTREMADURA.....	15
3.- NUEVAS VIVIENDAS PARA LA GENERACIÓN SÉNIOR.....	18
4. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	26
4.1.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
4.2.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
4.3.- DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA.....	31
5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
5.1.- VIVIENDA ACTUAL Y FUTURA.....	35
5.2.- COMUNIDADES DE MAYORES.....	37
5.3.- PREFERENCIAS HACIA DISTINTOS MODELOS DE COMUNIDADES DE MAYORES.....	43
6. CONCLUSIONES.....	50
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53

Informe realizado por:

Antonio Chamorro Mera
Sergio Rubio Lacoba
Francisco Javier Miranda González

**Profesores del Departamento de Dirección de Empresas y Sociología de la
Universidad de Extremadura, asociados a la Cátedra Generación Sénior de la
Fundación Miguel Rosa Morán**



Todas las imágenes utilizadas en el documento han sido extraídas del portal Pixabay y son de libre uso

Edita: Cátedra Generación Sénior. Fundación Miguel Rosa Morán-Universidad de Extremadura.
Diciembre de 2023

RESUMEN EJECUTIVO

La Universidad de Extremadura y la Fundación Miguel Rosa Morán han puesto en marcha la Cátedra Generación Sénior con el objetivo de desarrollar actividades de docencia, investigación e innovación en áreas que mejoren la calidad de vida relacionada con el bienestar de la población adulta. Entre estas actividades se encuentra la elaboración de este informe sobre el consumidor sénior y la vivienda, que se dirige principalmente al estudio de las actitudes de las personas mayores hacia las denominadas comunidades de mayores, una solución habitacional que pretende alargar la autonomía funcional y social de los mayores gracias a un sistema de vida comunitario.

En este informe se presenta un análisis del crecimiento de la población sénior y su impacto en el sector inmobiliario y de servicios asistenciales, que se complementa con una investigación de mercado sobre las actitudes de las personas mayores hacia nuevas soluciones habitacionales. Para ello, se ha analizado el contexto de la denominada generación sénior en España y en Extremadura, identificando las principales opciones que en materia de vivienda tienen las personas mayores para afrontar su jubilación. Entre estas opciones, el informe analiza el papel de las comunidades de mayores y cuál es la posición de los potenciales usuarios ante este tipo de vivienda de cara a afrontar su jubilación de una manera activa física y mentalmente.

A través de una encuesta dirigida a personas mayores de 50 años se han obtenido respuestas que permiten identificar 1) las preferencias del consumidor sénior frente a distintos formatos de vivienda para su jubilación; 2) su nivel de conocimiento sobre el concepto de comunidad de mayores; 3) las razones que favorecen o dificultan su consideración como una alternativa habitacional atractiva por parte de las personas mayores; y 4) sus preferencias ante distintos modelos de comunidades de mayores. Para el análisis de las preferencias se ha empleado la técnica del Análisis Conjunto, en la que se simula la toma de decisiones real a la que se enfrenta un consumidor cuando tiene que elegir entre varios productos o situaciones, a través de una recreación experimental.

Entre los resultados obtenidos cabe destacar los siguientes:

- 1) Una amplia mayoría de las personas encuestadas viven en una vivienda propia sin hipoteca. Esto podría suponer una barrera inicial al desarrollo de las comunidades de mayores, al tener que proporcionar incentivos adicionales para atraer a nuevos usuarios de este tipo de instalaciones.
- 2) En este sentido, en torno al 30% de las respuestas recibidas manifestaban su decisión de cambiar de vivienda en el futuro, siendo las

principales razones para hacerlo aspectos relativos a características y atributos propios de las comunidades de mayores como, por ejemplo, el acceso a una vivienda más pequeña y cómoda, cerca de familiares y amigos, y con mejores instalaciones.

- 3) En general, el concepto de comunidades de mayores parece ser ampliamente conocido por los encuestados, aunque de una forma bastante general y poco precisa.
- 4) La posibilidad de vivir en una comunidad de mayores resulta atractiva o muy atractiva para casi el 40% de los encuestados, aunque la opción mejor valorada como solución habitacional para la jubilación es la vivienda habitual adaptada.
- 5) Las comunidades de mayores parecen representar una alternativa habitacional realmente interesante. De hecho, el 31% de los encuestados considera bastante probable disfrutar su jubilación en ellas y el 45% no lo descarta.
- 6) Existe un tipo de comunidad de mayores que representa en mayor medida las preferencias de los encuestados. Se trata de una vivienda tipo casa, localizada en un entorno de costa, con un modelo de gestión cooperativo y un sistema de pago por uso de los servicios recibidos.

El estudio pone de manifiesto la existencia de un interés de los potenciales usuarios de las comunidades de mayores por este tipo de vivienda para el momento de su jubilación. Se observa un perfil bastante preciso del tipo de comunidad que resulta más atractivo para estos consumidores sénior, aunque no podamos concluir, en base a la evidencia obtenida, que existan características en los consumidores que permitan su utilización en el proceso de toma de decisiones por parte de los promotores o gestores de estas comunidades. No obstante, los sénior con mayor nivel de conocimiento sobre la existencia y el funcionamiento de las comunidades de mayores son los que manifiestan mayor probabilidad de residir en ellas en el futuro.

Finalmente, de cara a aumentar el potencial comercial de futuros proyectos de comunidades de mayores, sería muy positivo la difusión de información acerca del concepto, el funcionamiento y las ventajas de esta opción de vivienda para la jubilación.



1.- INTRODUCCIÓN

1.- INTRODUCCIÓN

El envejecimiento de la población en España será un tema de vital importancia en los próximos 20 años. Desde la política hasta los cambios en los valores sociales, y desde los flujos de capital en la economía hasta la forma en que los gobiernos toman las decisiones de gasto, el hecho de que nuestra población envejezca influye en nuestro día a día.

Durante los últimos 70 años, la cohorte demográfica de los “*baby boomers*” ha ejercido una influencia significativa en nuestra sociedad. Esta generación nació en España entre los años 1958 y 1975, periodo que se corresponde con el boom de la tasa de natalidad. Este fenómeno dio lugar a una expansión del sistema educativo en las décadas de 1960 y 1970 y a la construcción de nuevos colegios y universidades en las décadas de 1970 y 1980. Esta generación irá superando la edad de los 65 años desde 2023 hasta 2040, y será la que más años vivirá jubilada. A medida que esta población siga envejeciendo, el sistema sanitario y asistencial deberá responder a la creciente demanda de este grupo demográfico.

En este contexto, la Cátedra Generación Sénior de la Universidad de Extremadura, impulsada por la [Fundación Miguel Rosa Morán](#), pretende visibilizar una estructura académica enfocada a la persona mayor o de edad, de la sociedad española y extremeña, en el amplio sentido del término.



Los principales objetivos de la Cátedra son los siguientes:

- Ser un instrumento de la sociedad para conocer y planificar el medio plazo en lo que a vida de las personas de más edad se refiere.
- Establecer formas para mejorar la vida de las generaciones de mayor edad, ahora y en los próximos 30 años.
- Establecer formas para mejorar el bienestar de las generaciones de personas mayores de 55 años.
- Educar en la prevención de edadismos y otros sesgos sociales, culturales, económicos o de cualquier otra tipología.
- Vincular conocimiento académico y compromiso social enfocados hacia el desarrollo e implantación de políticas públicas que refuercen el papel de encuentro y respeto entre generaciones.
- Ser un recurso referente en lo que a calidad de vida y bienestar en personas mayores se refiere.

Para alcanzar algunos de estos objetivos surge el **Observatorio de la Generación Sénior**. Su finalidad es identificar los principales estudios que se están realizando, tanto en el ámbito académico como en el profesional, sobre los cambios demográficos y las tendencias en las necesidades de la población sénior, así como realizar estudios específicos como el que se presenta en este objetivo. En definitiva, el Observatorio pretende contribuir a que la sociedad y los distintos agentes socio-económicos sean conscientes del importante papel de la denominada generación sénior (mayores de 55 años) en el futuro.



Entre las actividades del Observatorio se incluye la realización de informes anuales sobre distintos aspectos relacionados sobre la generación sénior. Los gobiernos siguen lidiando con la creciente demanda de gasto en un momento en el que se prevé que la tasa global de participación de la población activa (y, por extensión, de las personas que pagan el impuesto sobre la renta) disminuya debido al envejecimiento de la población. El sector privado se verá cada vez más obligado a aportar soluciones innovadoras bienes y servicios al creciente segmento de población de más de 55 años, entre ellos los relacionados con la vivienda. El mercado inmobiliario de viviendas para personas mayores es un beneficiario directo de estas tendencias, y ya se observan nuevas propuestas habitacionales destinadas directamente a este sector de la población.

Para profundizar en el conocimiento de cómo el crecimiento de la población sénior puede afectar al sector inmobiliario y al sector de los servicios asistenciales se ha realizado este informe, basado en una investigación sobre las actitudes de las personas mayores hacia nuevas soluciones habitacionales.

El informe comienza con un análisis descriptivo de la generación sénior en España y en Extremadura, para a continuación describir las principales opciones de vivienda para la generación sénior. En la sección 4, se presenta el contenido de la investigación, sus objetivos y la metodología seguida. En la sección 5 se describen los principales resultados obtenidos del análisis del comportamiento del consumidor sénior a la hora de elegir su vivienda. El informe finaliza con las principales conclusiones del estudio.



A silhouette of an elderly man with a backpack and a young child holding hands, standing on a cliff overlooking a lake at sunset. The scene is bathed in the warm, golden light of the setting sun, with the sun low on the horizon to the left. The man is wearing a dark jacket and pants, and the child is wearing a light-colored jacket and dark pants. The background features a large, pointed rock formation in the distance and a calm body of water reflecting the sunset. The overall mood is peaceful and contemplative.

2.- LA GENERACIÓN SÉNIOR EN ESPAÑA

2.- LA IMPORTANCIA DE LA GENERACIÓN SÉNIOR EN EL CONTEXTO DEMOGRÁFICO NACIONAL Y REGIONAL

En España hay casi 20 millones de personas mayores de 50 años. A este amplio colectivo se le ha denominado **generación sénior** o **generación silver**, y su naturaleza presenta retos y oportunidades al romper con determinados tópicos que se solían atribuir a las personas al llegar a esta edad.

El aumento de personas en este colectivo en España ha dado como resultado una inversión de la pirámide poblacional, y esta es una de las mayores preocupaciones a nivel social y económico en nuestro país en la actualidad.

La generación sénior demuestra que la vida no se acaba al llegar a los 65 años y presenta características nunca vistas en su rango de edad: son, en su mayoría, personas preparadas, activas socialmente, con un mayor poder adquisitivo y mayor libertad. Conforman un colectivo que consume, disfruta del ocio y la cultura, se cuida, practica deporte y tiene intereses más allá de los relacionados con la dependencia y la jubilación.

Según el *“Estudio de la economía de la longevidad en España”* (CENIE, 2021), la llamada “Economía de la longevidad”, es decir, aquella derivada del aumento de la esperanza de vida, generó un impacto directo, indirecto e inducido en nuestro país de 325.303 millones de euros de valor añadido en el PIB en 2019, lo que equivale al 26% del PIB en ese año.

En los siguientes apartados se analiza el peso demográfico que supone este segmento de ciudadanos en la actualidad y sus perspectivas de evolución en los próximos años.



2.1. La generación sénior en España

Desde los años 60 del siglo XX, España ha logrado aumentar la esperanza de vida de sus habitantes, lo que supone un éxito del modelo económico y social del país construido en las últimas décadas. Los avances en el sector sanitario, farmacéutico y científico-tecnológico han hecho que la esperanza de vida de los españoles haya mejorado en el último siglo a un ritmo de cuatro años por década o, lo que es lo mismo, casi 10 horas cada día. Actualmente, según los *Indicadores de Estructura de la Población* del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2023), en 2022 la esperanza de vida al nacer de los españoles era de 83,08 años.

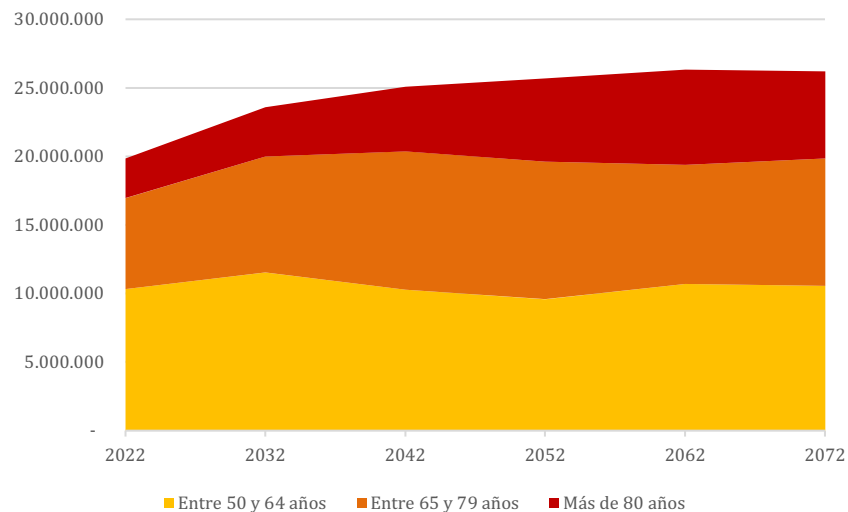
No obstante, este aumento de los estándares de vida, vinculado al desarrollo económico y al estado del bienestar, ha venido acompañado de una reducción de la natalidad, fenómeno análogo al del resto de economías desarrolladas que ha modificado a la baja la tendencia demográfica. La población en edad infantil se ha visto reducida en casi un 20% desde 1960, mientras que la población adulta ha aumentado en más de un 50%. La edad media de los españoles era en 1960 de 29 años; en 1980 subió hasta los 33,68 años; siguió aumentando hasta los 39,51 años en 2020 y en 2022 la cifra creció hasta los 44 años, un 51% más en el periodo 1960-2022.

En este sentido, la población mayor de 64 años (edad considerada para pasar a un estado de jubilación) casi se ha triplicado respecto a la de 1960, alcanzando actualmente los 9 millones de personas, un 57% de las cuales son mujeres. Este significativo cambio en la pirámide de población se ve reflejado claramente en el índice de envejecimiento, es decir, la proporción de población mayor de 64 años con respecto a la población menor de 16 años. Según el INE, dicho índice de envejecimiento era del 39,47% en 1980, ascendió al 103,33% en 2000, al 106,12% en 2010 y finalmente se situó en el 133,46% en 2022. Dos períodos destacan por el crecimiento exponencial de este indicador, la década de 1990 y la década de 2010.



Si este aumento es ya considerable, mayor aún resulta la previsión a largo plazo. De acuerdo con el informe *Proyecciones de Población* (INE, 2022), en 2072 habría más de 26 millones de personas mayores de 50 años, de los que más de 15 millones serían mayores de 65 años. Durante las décadas de los 30 y 40 de este siglo se registrarían los mayores incrementos, con la llegada a la vejez de las voluminosas cohortes nacidas durante el baby boom.

Figura 2.1.- Proyección de la población española mayor de 50 años (2022-2072)



Fuente: Elaboración propia a partir de *Proyecciones de Población* (Instituto Nacional de Estadística, 2022)

Entre 1958 y 1977 puede situarse el *baby boom* español. En esas fechas nacieron casi 14 millones de niños (más de 650.000 cada año), sumando 4,5 millones más que en los 20 años siguientes y 2,5 más que en los 20 años anteriores.

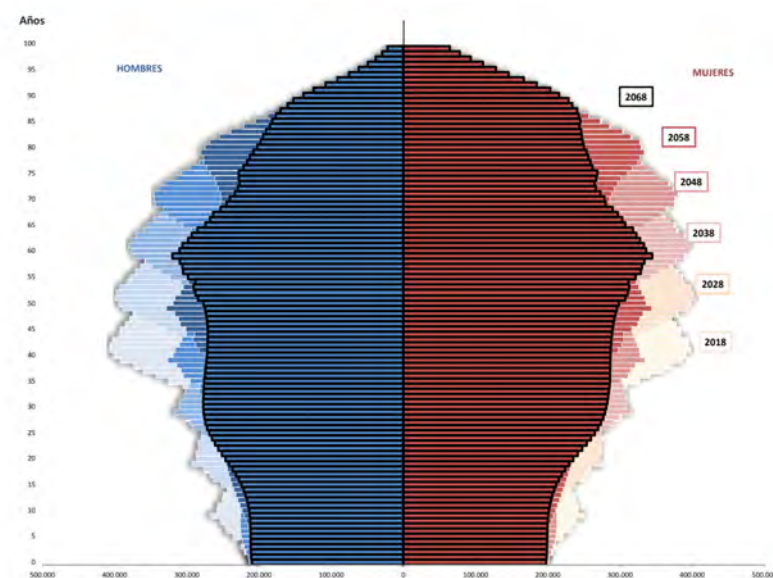


La estructura por edades de la población cambiará, por tanto, en los próximos años. Hacia 2050 las personas mayores casi habrán duplicado sus efectivos actuales. La población en edad laboral (16-64) y los niños (0-15) habrán reducido su peso. Los mayores duplicarán la cifra de niños.

La pirámide habrá desarrollado una forma de “pilar de población”, si se mantienen los supuestos de fecundidad, mortalidad y migración de las proyecciones del INE (ver figura 2.2).

La generación del baby boom iniciará su llegada a la jubilación en torno al año 2024. Por ello, la presión sobre los sistemas de protección social continuará aumentando y será muy notable en la década de los 40.

Figura 2.2.- Pirámide poblacional proyectada.



Fuente: Proyecciones de Población (Instituto Nacional de Estadística, 2022)



La esperanza de vida al nacer alcanzaría en 2071 los 86,0 años en los hombres y los 90,0 en las mujeres, con una ganancia de 5,8 y de 4,2 años, respectivamente, respecto a los valores actuales.

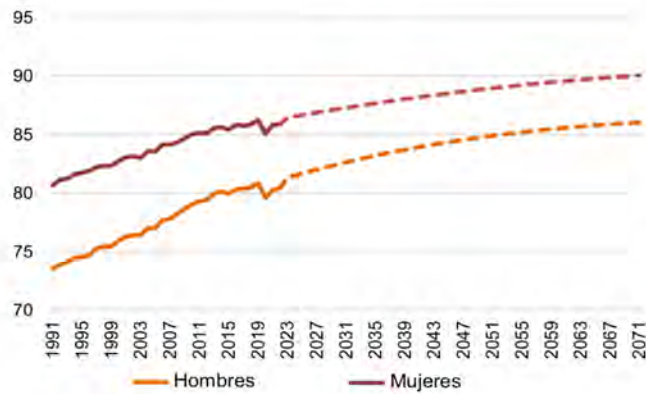


Figura 2.3.- Evolución y proyección de la esperanza de vida al nacer

Fuente: Proyecciones de Población (Instituto Nacional de Estadística, 2022)

Por su parte, en el año 2071, las personas con 65 años aún disfrutarán de una esperanza de vida de 22,7 años en el caso de los hombres (3,7 años más que actualmente) y de 26,3 años para las mujeres (3,2 años más).

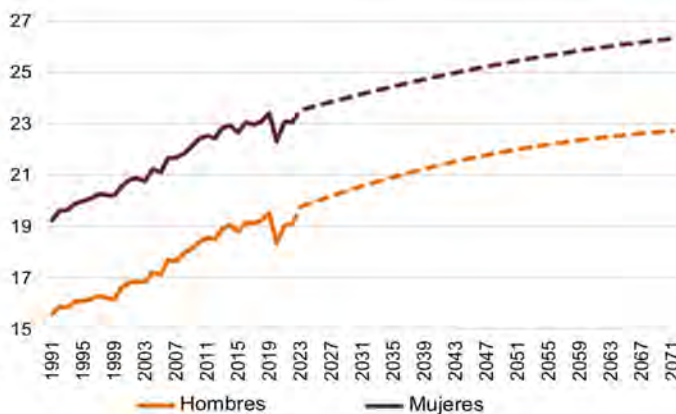


Figura 2.4.- Evolución y proyección de la esperanza de vida a los 65 años

Fuente: Proyecciones de Población (Instituto Nacional de Estadística, 2022)

Con respecto a la calidad de vida de esas últimas décadas de vida, se estima que las personas con 65 años desarrollarán, de media, el 53% de sus años restantes de manera saludable (libres de discapacidad o en condiciones de independencia personal). Esto implica que en el 47% de los años restantes serán personas que no podrán operar de manera independiente en el desarrollo de todas sus actividades diarias.



2.2. La generación sénior en Extremadura

La región extremeña sufre un importante proceso de estancamiento de su población. Según los datos de la Estadística Continua de Población (INE, 2023b), en enero de 2001 existían 1.057.795 personas residentes en la región; en 2010 subió ligeramente hasta las 1.099.605 personas; pero ya en 2021 se descendió hasta los 1.061.636 residentes. Poco menos de 4.000 personas como crecimiento neto en 20 años y con cambio de tendencia en la última parte del período. Ello en un contexto donde la población nacional sí sigue una tendencia alcista, pasando de las 41.035.271 personas al inicio de 2001, a las 46.486.621 en 2010 y hasta llegar a los 47.400.798 habitantes en 2021.

Esta tendencia demográfica en Extremadura seguirá siendo muy negativa en las próximas décadas (ver figura 2.5), pero si analizamos las proyecciones por grupo de edad observamos que la generación sénior tendrá un comportamiento bien diferente.

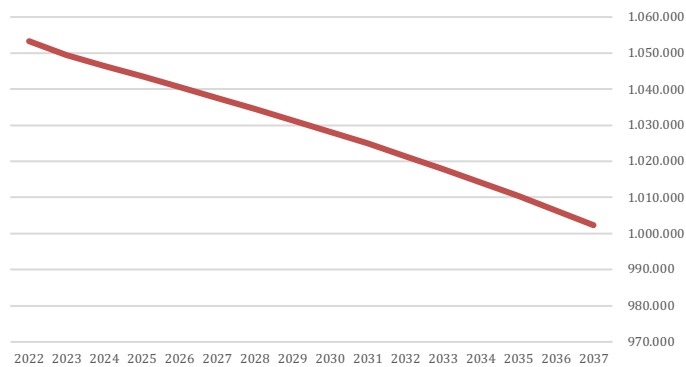


Figura 2.5.- Proyección poblacional Extremadura (2022-2037)

Fuente: Elaboración propia a partir de Proyecciones de Población (Instituto Nacional de Estadística, 2022)

En la figura 2.6 observamos que la pirámide poblacional extremeña muestra ya en 2021 un mayor grado de envejecimiento que la media nacional.

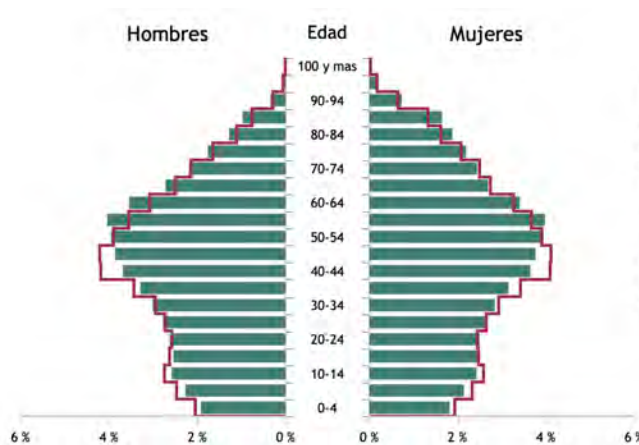


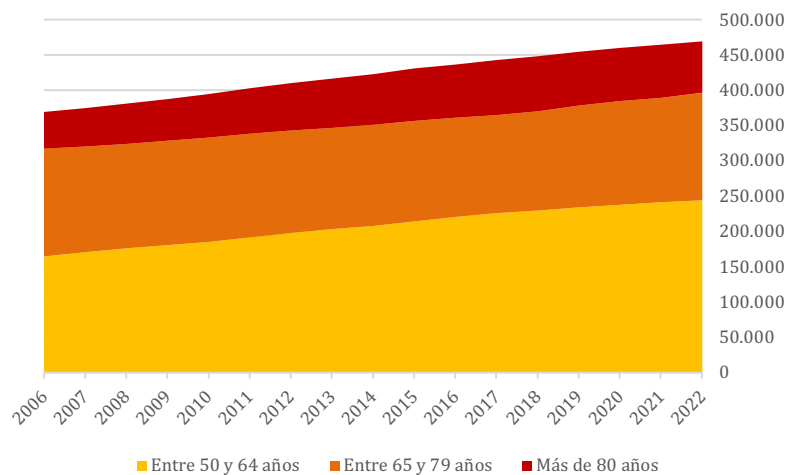
Figura 2.6.- Pirámide poblacional Extremadura vs España (enero 2021)

Fuente: Proyecciones de Población (Instituto Nacional de Estadística, 2022)

Según datos del INE, en julio de 2022 en Extremadura hay 493.915 personas mayores de 50 años, lo que supone más de un 47% de la población total. Concretamente, 245.112 personas entre 50 y 64 años, 154.245 entre 65 y 79 años y 72.440 de 80 o más años. En la figura 2.7 observamos cómo este porcentaje se ha ido incrementando de forma constante en las últimas décadas.

El índice de envejecimiento en la región ha ido creciendo paulatinamente en las últimas 4 décadas, igual que en el conjunto nacional, pero situándose en niveles aún mayores; es decir, con una mayor proporción de población mayor de 64 años con respecto a los menores de 16 años. En concreto, en 1980 el índice era del 49,28% (casi 10 puntos porcentuales más que la media de España); en 2000 alcanzó el 100,47%; en 2010 siguió subiendo hasta el 121,44% y en 2022 se situó en el 151,99% (frente al 133,46% de España). Esto confirma no solo el envejecimiento de la población extremeña, sino también que nos encontramos con una población aún más envejecida que la media española.

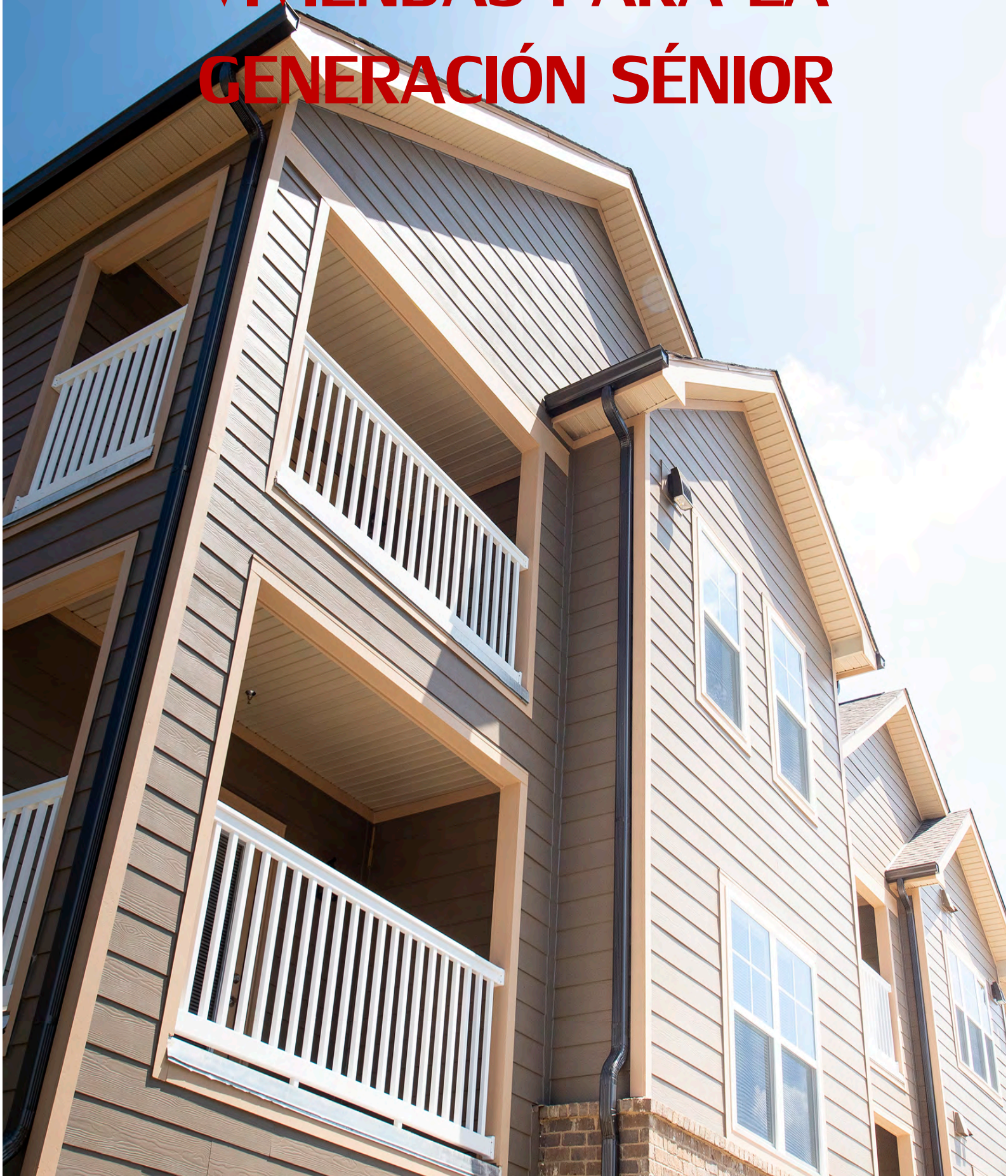
Figura 2.7.- Evolución de la población de Extremadura mayor de 50 años



Fuente: Elaboración propia a partir de Estadística Continua de Población (Instituto Nacional de Estadística, 2022)



3.- NUEVAS VIVIENDAS PARA LA GENERACIÓN SÉNIOR



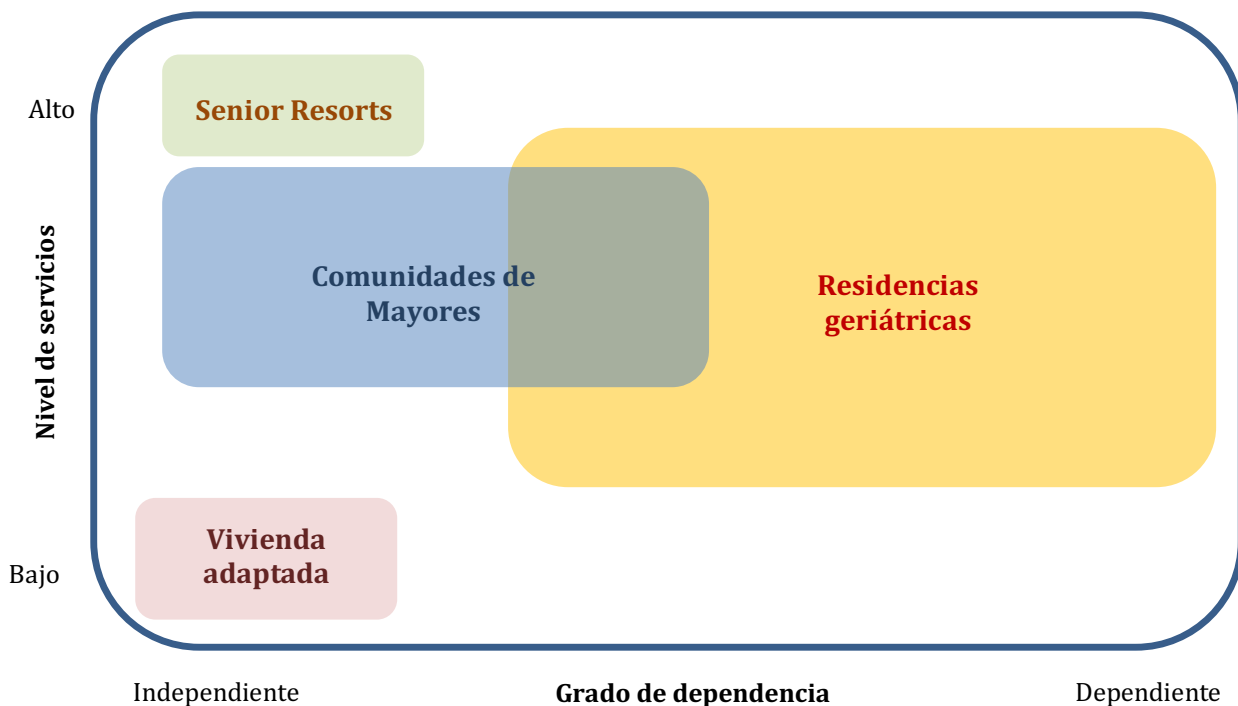
3.- NUEVAS VIVIENDAS PARA LA GENERACIÓN SÉNIOR

A la hora de poner en marcha un enfoque más humano en el cuidado de la tercera edad, hay que tener en cuenta que el colectivo de residentes es de lo más heterogéneo. No todos tienen las mismas necesidades, ni el mismo ritmo de vida, ni las mismas prioridades.

En los últimos años ha adquirido creciente protagonismo el concepto de **“Atención Centrada en la Persona”**. Un cambio de perspectiva que prioriza el cuidado de las personas teniendo en cuenta su identidad, su trayectoria vital, sus aficiones y su desarrollo personal. Este modelo debe facilitar al mismo tiempo la realización personal con independencia de las propias limitaciones que acarrea el envejecimiento. En esencia, las opciones de vivienda deben hacer que el entorno se adapte a las circunstancias de las personas mayores y no que sean estas las que tengan que adaptarse a la vivienda.

Dentro de la variedad de fórmulas que pueden ajustarse a esta situación, existen varias alternativas a las tradicionales residencias geriátricas que deberían desarrollarse en los próximos años. En la figura 3.1 se propone una clasificación en función del grado de dependencia (estado de salud) y del nivel de servicios ofrecidos. Las distintas alternativas serán analizadas brevemente a continuación.

Figura 3.1.- Tipología de viviendas para la generación sénior



Fuente: Elaboración propia

3.1.- Vivienda habitual adaptada

Tal y como se desprende de algunos estudios previos y se indicará en la parte de resultados de este informe, parece que la opción preferida por la generación sénior es continuar viviendo en su residencia habitual. En ese caso, se recomienda efectuar una serie de modificaciones en la vivienda para facilitar la vida a medida que se produce el envejecimiento del inquilino o propietario de la misma.

3.2.- Residencias de mayores

Se trata de centros especializados en el cuidado y atención integral del adulto mayor que cuenta con personal cualificado y programas que continúen desarrollando las capacidades físicas e intelectuales de los residentes, así como sus habilidades sociales.

Las residencias geriátricas suelen disponer de un programa de intervención que contempla las mejores actividades que pueden y deben realizar las personas mayores, y se cuenta con personal especializado: medicina y enfermería geriátrica, nutriólogos que identifican las necesidades nutricionales de los mayores, trabajadores sociales especializados en geriatría, psicólogos geriatras y, en definitiva, una serie de personal altamente especializado en el cuidado y la atención integral de las personas mayores. Estos programas de intervención se orientan para que las personas mayores continúen desarrollando sus capacidades físicas e intelectuales, así como sus habilidades sociales ya que un aspecto muy importante durante la vejez es el aspecto social.

Según datos de la Asociación Estatal de Directoras y Gerentes de Servicios Sociales aunque en el año 2020 se han incrementado 643 plazas residenciales se sigue observando un importante desequilibrio entre oferta y demanda (ver figura 3.2).

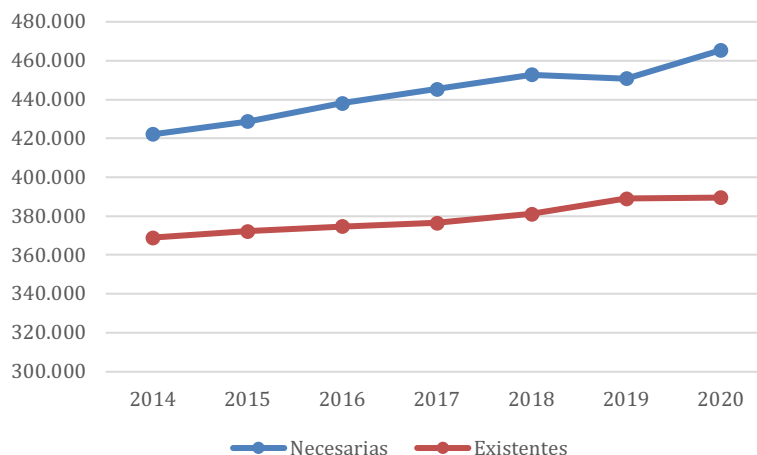


Figura 3.2.- Evolución de las plazas de residencias geriátricas necesarias vs. plazas existentes (2014-2020)

Fuente: Asociación Estatal de Directoras y Gerentes de Servicios Sociales (2022)

A finales de 2020 existían en España 5.529 centros residenciales (13 menos que el año anterior), lo que parece señalar un estancamiento del sector. Los centros públicos son 1.451 (16 más que el año anterior), y los privados 4.078 (29 menos que antes de la pandemia).

El resultado es un mayor déficit de plazas residenciales año a año: si en 2014 faltaban 53.103 plazas para alcanzar la ratio del 5% recomendado por la OMS, en 2020 este déficit alcanza las 75.699. Atendiendo a la demanda que existe actualmente sin atender, serían necesarias de manera inmediata no menos de 62.000 plazas residenciales para las personas con Dependencia Severa (Grado II) o Grandes Dependientes (Grado III).

Según datos oficiales (IMSERSO, 2021), hay 91.729 personas con Grado II y III en lista de espera, más 67.000 pendientes de valorar y que previsiblemente obtendrán uno de esos grados, lo que eleva el número hasta las 158.729 personas, de las cuales, aplicando también los porcentajes actuales de personas atendidas, 4 de cada 10 demandarían un servicio residencial en plaza pública, concertada o en prestación vinculada a ese servicio. De ahí la estimación de que serían necesarias entre 62.000 y 63.000 plazas residenciales sólo para atender la demanda la lista de espera.

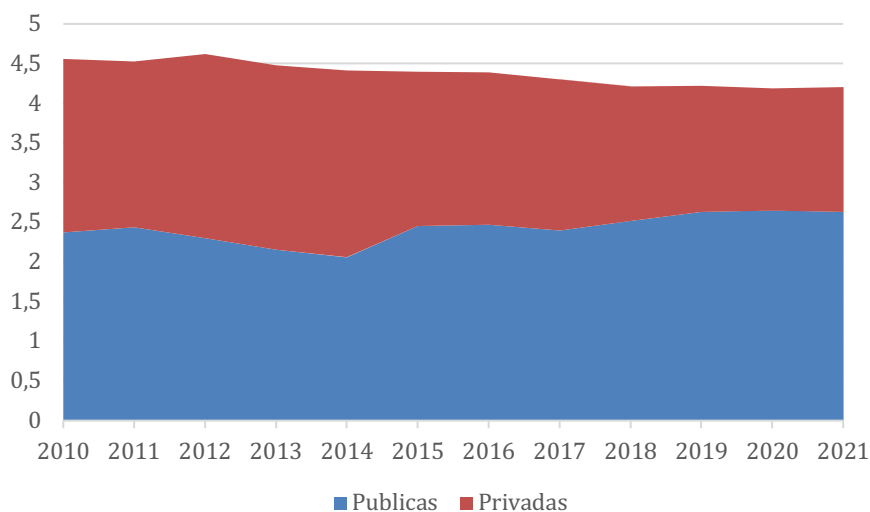


Figura 3.3.- Evolución del índice de cobertura (ratio % de plazas sobre personas mayores de 65 años) en España

Fuente: IMSERSO (2021)

Sin embargo, la situación en Extremadura parece más favorable que a nivel nacional. Así, nuestra región cuenta con 15.185 plazas residenciales, que se ubican en las 300 residencias de la comunidad autónoma, y de las cuales 8.579 son plazas públicas ubicadas en 219 residencias y 6.606 son plazas privadas ubicadas en 81 residencias (IMSERSO, 2021).

Esto supone que la región tiene 13,8 centros por cada 10.000 personas mayores de 64 años (ocupa el primer lugar en número de centros por personas mayores de 64 años de todas las CCAA) y supera el mínimo recomendado por la OMS en el número de plazas, que es de 5 plazas por cada 100 personas con 65 o más años (ver figura 3.4).

No obstante, el creciente envejecimiento de la población extremeña hace que este número de plazas necesite incrementarse en los próximos años.

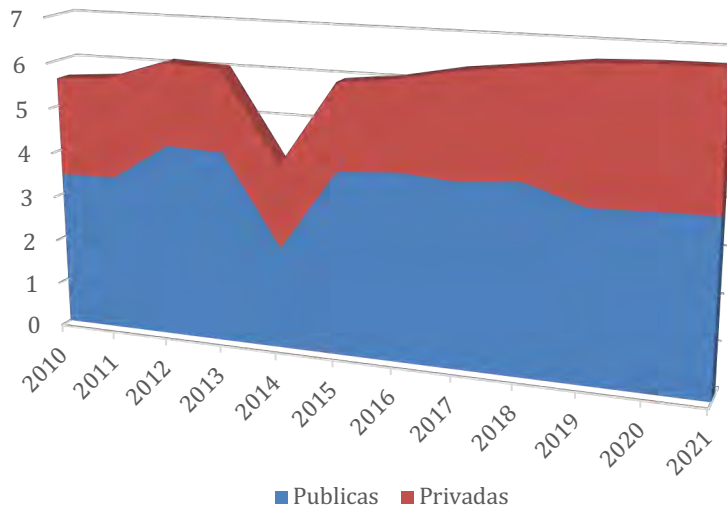


Figura 3.4.- Evolución del índice de cobertura (ratio % de plazas sobre personas mayores de 65 años) en Extremadura

Fuente: IMSERSO (2021)

3.3.- Comunidades de Mayores

Son instalaciones que están destinadas al alojamiento permanente de personas mayores con un adecuado nivel de autonomía personal, tanto física como psíquica, pero que presentan algún tipo de dificultad para poder seguir residiendo en su domicilio habitual o, simplemente, desean socializar con otras personas de su generación, buscando vivir una jubilación activa.

El principal objetivo de las comunidades de mayores es que las personas permanezcan en su entorno habitual con una óptima calidad de vida. Se pretende así alargar su autonomía funcional y social gracias a un sistema de vida comunitario que fomente la participación dentro de un pequeño grupo. Las actividades domésticas y las relaciones con los demás potenciarán al máximo las capacidades de la persona mayor.

En este tipo de viviendas, las instalaciones están diseñadas para ser accesibles e incluyen servicios de transporte, recreativos y sociales. Suelen contar con conserje o servicio de teleasistencia, disponible las 24 horas. En algunos casos estos servicios están incluidos en el coste del alquiler mientras que en otros casos se exige el pago de una cuota adicional.

Habitualmente hay una mezcla de distintos tipos de vivienda, casas unifamiliares o apartamentos, a menudo conectados por aceras o senderos, ofreciendo un estilo de vida activo, por lo que muchas comunidades tienen *casas club* y otros servicios, como pistas de tenis y campos de golf.

Estas comunidades de adultos activos son más apropiadas para las personas mayores que son saludables, independientes y están interesadas en los beneficios sociales de vivir entre personas con sus mismos intereses.

Algunas de estas comunidades también disponen de atención de vida asistida y de nivel de enfermería. En este sistema de "continuidad de la atención", los residentes suelen ingresar al establecimiento con un nivel de vida independiente. Más tarde, si su salud y sus capacidades disminuyen, pueden pasar al nivel de vida asistida, y luego, si es necesario, al nivel de residencia de ancianos.

A efectos de este informe, la tipología de comunidades de mayores, identificadas en muchas ocasiones con el término anglosajón *co-housing*, es muy diversa en función de quien promueva la iniciativa para su creación y de quien se encargue de la gestión y operativa diaria de la misma. En cuanto a la iniciativa de la promoción, las comunidades de mayores pueden surgir de una empresa privada especializada en el sector inmobiliario y de servicios a la tercera edad, de una institución pública, o directamente de la agrupación y asociacionismo de un grupo de personas interesadas en crear su propia comunidad y residir en ella. En este último caso, suelen desarrollarse a partir de una cooperativa de socios-residentes.

Por lo que respecta a la gestión de las instalaciones y servicios, las comunidades de mayores podrían estar gestionadas directamente por órganos creados por sus residentes, o bien contratar dicha gestión a una empresa especializada.



Las comunidades de *co-housing* son lugares donde hay muchas oportunidades para interacciones y conexiones sociales. Las viviendas y las instalaciones están diseñadas para envejecer saludablemente (*well ageing*), y los residentes a menudo comparten el coste de los cuidados de salud o de un proveedor de atención de la salud a domicilio. A medida que los hogares colaboran para compartir recursos, crece una economía colaborativa, que proporciona a los convivientes una situación financiera más favorable. Los residentes en estas comunidades pueden, por ejemplo, compartir facturas, alimentos, medios de transporte, electrodomésticos, muebles, servicios de limpieza y de atención sanitaria, o el coste de determinadas instalaciones - como piscinas y gimnasios- que de otro modo no podrían afrontar.

El límite de las posibilidades está en la imaginación de los vecinos, que pueden planificar viajes juntos, recibir sesiones de fisioterapia o clases de baile, tener servicio de peluquería, de pedicura, de lavandería o de catering o recibir asesoramiento financiero y jurídico.




3.4.- Resorts para mayores

Un *senior resort* se podría calificar como un híbrido entre un hotel y una residencia, dependiendo del uso que le dé el cliente. Por un lado, su oferta y su entrada está principalmente dirigida a personas mayores de 50-55 años como establecimiento vacacional, de descanso o de recuperación por un período concreto de tiempo; pero también están pensados para personas jubiladas que quieren alojarse durante periodos más prolongados o incluso asentarse en él convirtiéndolo así en su vivienda habitual.

Las personas que deciden mudarse a uno de estos *senior resorts* tendrían la posibilidad de comprar la casa o contratar un alquiler vitalicio, es decir, una renta de alquiler hasta que el inquilino fallezca. Quien prefiera una simple estancia temporal puede optar a un alquiler clásico, solicitando la totalidad de los servicios o sólo los que necesite.



A photograph of two elderly people sitting on a red bench at sunset. In the foreground, a large, ornate, black lamp post stands on a stone base. The sky is filled with dramatic, dark clouds, and the sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow. The text "4. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN" is overlaid in white, bold, sans-serif font in the center of the image.

4. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

4. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

4.1.- Objetivos de la investigación.

Dentro del Observatorio de la Generación Senior, el objetivo general de este trabajo ha sido conducir una investigación de mercado para identificar las principales actitudes de los consumidores sénior hacia distintas alternativas habitacionales (o modelos de vivienda) por las que pueden optar en el momento de su jubilación. Este objetivo general se ha concretado en los siguientes objetivos específicos:

- a) Conocer las preferencias del consumidor sénior por distintos formatos de vivienda para disfrutar su jubilación, tanto si se encuentran en un estado de vida sana y activa, como si se hayan en una situación de dependencia o cuidados sanitarios.
- b) Identificar el nivel de conocimiento que la generación sénior tiene sobre el concepto de comunidad de mayores o *co-housing*.
- c) Conocer las razones que favorecen o que dificultan que el consumidor sénior considere las comunidades de mayores como una alternativa habitacional atractiva para su periodo de jubilación.
- d) Conocer las preferencias del consumidor sénior ante distintos modelos de comunidades de mayores.

A la hora de definir al consumidor sénior se ha optado por considerar sénior a toda persona de 50 años o más. De esta forma, aunque algunos aún estén lejos de su jubilación, se incluye en el estudio al segmento de edad que está en la fase de plantearse cómo será la organización de su vida en ese momento, siendo clientes potenciales para los proyectos de comunidades de mayores que se desarrollen en los próximos años.

El presente estudio se ha realizado durante los meses de octubre y noviembre de 2023. Se trata de una investigación exploratoria en la que ante la ausencia de una base de datos se ha optado por un muestreo no probabilístico, específicamente un muestreo de bola de nieve, en un proceso basado en la existencia de un vínculo entre la muestra inicial estimada (en nuestro caso los alumnos de la Universidad de Mayores de la UEx y el personal de la UEx) y otras personas que pertenecen al mismo público objetivo (mayores de 50 años). En este tipo de muestreo los participantes iniciales de la investigación reclutan a otros participantes para el estudio, de ahí deriva su nombre de “muestreo de bola de nieve”.

4.2.- Metodología de la investigación.

Para cumplir con los objetivos establecidos se diseñó un cuestionario formado por los siguientes bloques de preguntas:

1. Información sobre la vivienda actual: tipo de vivienda, personas con las que la comparte e intención de cambiar de vivienda en el futuro, así como los motivos para hacerlo.
2. Intenciones y preferencias ante distintos formatos de vivienda para la generación sénior: atractivo de los distintos formatos en situación de vida sana y activa, atractivo de los distintos formatos en situación de necesidad de cuidados, conocimiento sobre las comunidades de mayores, intención de vivir en una comunidad de mayores en el futuro, razones para optar o no optar por una comunidad de mayores y servicios complementarios demandados para una comunidad de mayores.
3. Estructura de preferencia de los consumidores sénior según distintos modelos de comunidades de mayores.
4. Caracterización del encuestado: nivel de actividad social, situación laboral, sexo, edad y nivel de ingresos del hogar.

Para el estudio de la estructura de preferencias del consumidor sénior en la elección de una posible comunidad de mayores para vivir durante su jubilación se usó la técnica del Análisis Conjunto. Se trata de una técnica mediante experimento en el que se simula la toma de decisiones real a la que se enfrenta un consumidor cuando tiene que elegir entre varios productos o situaciones. Frente a las investigaciones que solicitan una valoración directa e independiente de cada atributo que compone un producto, la técnica del Análisis Conjunto es descomposicional. De esta forma, a los individuos se les solicita una valoración global de distintos productos, cada uno caracterizado por distintos niveles de un conjunto de atributos. Es decir, se simula una situación de elección real, donde el individuo evalúa un producto de forma conjunta y no uno a uno sus atributos. A partir de dichas valoraciones globales, la técnica permite conocer el peso o la importancia relativa otorgada a cada uno de los atributos del producto.

Para poder llevar a cabo un estudio con Análisis Conjunto se deben seguir las siguientes etapas:

- Etapa 1: Selección de atributos que conforman el producto o decisión que se analiza.
- Etapa 2: Selección de los niveles de los atributos.
- Etapa 3: Selección del procedimiento de recolección de datos.
- Etapa 4: Elección de los estímulos. Un estímulo es cada uno de los productos que se presentan a los encuestados para su valoración.
- Etapa 5: Forma de administración del cuestionario o recogida de datos.
- Etapa 6: Selección del método de estimaciones de utilidades parciales o *partworths*.

Siguiendo a Hair et al. (1999), se suele utilizar la “regla de composición” para calcular la utilidad total que le aporta cada estímulo o producto al individuo, y que es la suma de las utilidades parciales correspondientes a cada uno de los niveles de los atributos que configuran dicho estímulo. Dicha utilidad total se obtiene a partir de la siguiente expresión:

$$U_{ijk} = \sum_{i=1}^{p,q,r} \sum_{j=1}^3 V_{ij} D_{ij}$$

donde:

U_{ijk} = Utilidad total que proporciona al individuo k el estímulo caracterizado por el nivel i del atributo j .

V_{ij} = Utilidad parciales (*partworths*) o importancia asignada al nivel i del atributo j .

D_{ij} = Variable *dummy* que toma el valor uno si el estímulo posee el nivel i del atributo j y cero en caso contrario.

p, q, r = Niveles correspondientes a los atributos 1, 2 y 3, respectivamente.

La importancia de un atributo se puede definir como la diferencia entre las utilidades parciales asociadas a los niveles del atributo. Un atributo será más importante cuanto mayor sea la diferencia, en valor absoluto, entre la utilidad parcial más alta y baja, respectivamente. Es decir:

$$Imp_i = |\max(\beta_{ij}) - \min(\beta_{ij})| \quad \forall i, \forall j$$

A través de la importancia de cada atributo, el investigador podrá conocer la importancia de un atributo en relación con el resto; es decir, su importancia relativa, mediante la siguiente expresión:

$$RImp_i = \frac{Imp_i}{\sum_{i=1}^I Imp_i} \times 100$$

Con respecto a las etapas 1 y 2, se seleccionaron 4 atributos para definir distintos modelos de comunidad de mayores: formato de la vivienda, tipo de localización geográfica, modelo de gestión y sistema de pago. Los niveles en los que se pueden presentar cada atributo figuran en la tabla 4.1.

Tabla 4.1.- Atributos y niveles para definir modelos de comunidades de mayores

Atributos	Niveles
Formato de la vivienda	Piso en un bloque de viviendas (vivienda en edificio vertical)
	Apartamento en un edificio de una o como mucho dos plantas (edificio horizontal)
	Vivienda unifamiliar (casa aislada, adosada o pareada dentro del complejo)
Localización geográfica	Zona urbana, en una ciudad de interior
	Zona rural, en o las afueras de un pueblo
	Zona costera, en una población con playa
Modelo de gestión	Complejo de viviendas creado por una cooperativa, cuyos socios son los residentes que ocupen las viviendas, quienes participan en la gestión
	Complejo de viviendas creado por un promotor privado y dirigido por un gestor profesional
Sistema de pago	Sistema de alquiler "todo incluido": tasa mensual por vivir en la comunidad, la cual incluye el acceso libre y gratuito a todos los servicios ofertados
	Sistema de alquiler "pago por uso": tasa mensual por vivir en la comunidad y usar servicios básicos, más una tasa adicional cuando se quiera usar algún servicio adicional (médicos y de ocio)

Otra cuestión metodológica que debe resolverse es la elección entre varios procedimientos para construir los estímulos que deben ser valorados por los encuestados. Esta decisión vendrá determinada en gran medida por el software estadístico empleado. En nuestra investigación se empleó el módulo CONJOINT del programa SPSS, siendo el procedimiento elegido el método tradicional de perfil completo. De esta forma el encuestado deberá valorar un único conjunto de estímulos, donde cada estímulo viene definido por la totalidad de los atributos o condiciones anteriormente seleccionadas.

A continuación, se debe elegir el procedimiento de recolección de datos, que supone tomar dos decisiones. La primera de ellas concierne al número de estímulos a mostrar al encuestado. En nuestro caso, el diseño factorial completo consistiría en presentar al encuestado los 36 ($3 \times 3 \times 2 \times 2$) estímulos posibles. Sin embargo, esto supondría una sobrecarga de información que repercute de forma negativa en la calidad de su respuesta. Por eso, se ha aplicado un diseño factorial fraccionado ortogonal, que ha reducido el número de estímulos inicial a tan solo 9 (tabla 4.2). Dicho conjunto verifica la condición de ortogonalidad, es decir, se garantiza que cada uno de los niveles del atributo aparezca el mismo número de veces en dicho conjunto.



Tabla 4.2.- Diseños de comunidades de mayores presentados para evaluar

Vivienda 1	Vivienda unifamiliar
	Ubicación rural
	Sistema de cooperativa
	Sistema de alquiler "todo incluido"
Vivienda 2	Vivienda unifamiliar
	Ubicación en zona costera
	Sistema de cooperativa
	Sistema de alquiler "pago por uso"
Vivienda 3	Apartamento
	Ubicación urbana
	Sistema de cooperativa
	Sistema de alquiler "pago por uso"
Vivienda 4	Apartamento
	Ubicación en zona costera
	Gestión privada
	Sistema de alquiler "todo incluido"
Vivienda 5	Apartamento
	Ubicación rural
	Sistema de cooperativa
	Sistema de alquiler "todo incluido"
Vivienda 6	Piso en un bloque de viviendas
	Ubicación en zona costera
	Sistema de cooperativa
	Sistema de alquiler "todo incluido"
Vivienda 7	Piso en un bloque de viviendas
	Ubicación urbana
	Sistema de cooperativa
	Sistema de alquiler "todo incluido"
Vivienda 8	Vivienda unifamiliar
	Ubicación urbana
	Gestión privada
	Sistema de alquiler "todo incluido"
Vivienda 9	Piso en un bloque de viviendas
	Ubicación rural
	Gestión privada
	Sistema de alquiler "pago por uso"

La segunda decisión hace referencia al modo de llevar a cabo la valoración del conjunto de estímulos presentados al encuestado: ranking (ordenación de preferencias) o evaluación (puntuación con escala numérica). En nuestro caso, se optó por la segunda opción y los encuestados debían valorar el atractivo de los 9 estímulos (modelos de comunidad de mayores) utilizando una escala progresiva desde 1 (no me gusta nada esta opción) a 5 (me gusta mucho esta opción).

La estimación del modelo se realizó a través de un modelo de regresión de Mínimos Cuadrados Ordinarios.

El cuestionario fue depurado y validado tras una prueba piloto entre 10 consumidores. Finalmente, el cuestionario diseñado se difundió por medios electrónicos y está disponible en el enlace: <https://survey.lesphinx.es/SurveyServer/s/unex1/Senior/cuestionario.htm>

La ficha técnica del estudio se recoge en la tabla 4.3.

Tabla 4.3.- Ficha técnica del estudio

Universo de estudio	Ciudadanos de 50 años o más con residencia en la Comunidad Autónoma de Extremadura
Tipo de muestreo	No probabilístico, de conveniencia
Tamaño muestral	300 personas
Trabajo de campo	Octubre- noviembre de 2023
Tipo de encuesta	On-line

4.3.- Descripción de la muestra

Del total de respuestas recibidas, un 56,7% se corresponden con respuestas proporcionadas por hombres y un 43,3% por mujeres.

En la figura 4.1 se observa que la mayoría de los encuestados (62%) están en situación de empleo activa, frente al 33,7% que se encuentran ya jubilados. Tan sólo un 4,3% de las respuestas se corresponden con personas en situación de desempleo. Es decir, podemos decir que aproximadamente un tercio de la muestra estaría formada por potenciales clientes en el momento actual de una comunidad de mayores, mientras que los otros 2/3 podrían ser futuros clientes potenciales, alcancen la situación de jubilados.

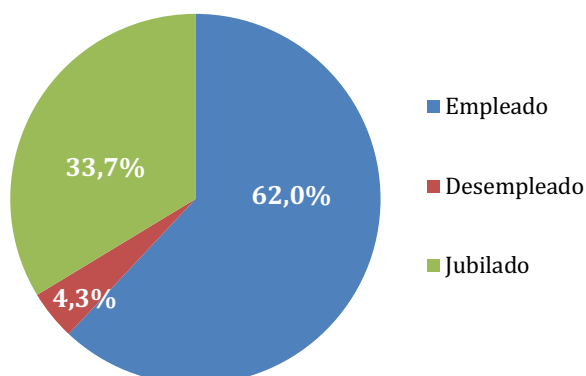
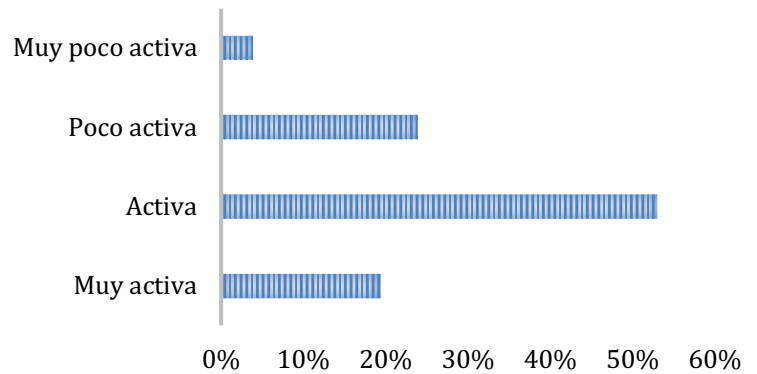


Figura 4.1.- Situación laboral de los encuestados

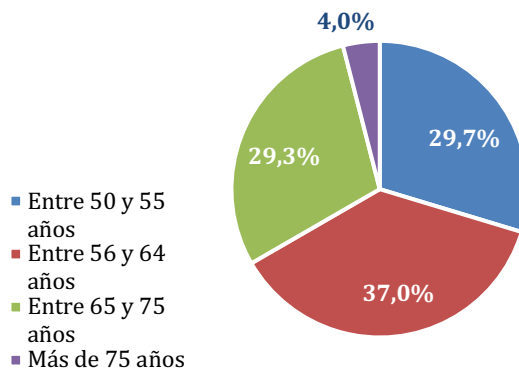
Observamos que una amplia mayoría de los encuestados (72,3%) se consideran personas activas o muy activas socialmente, mientras que un 23,9% declaran tener poco nivel de actividad social (ver figura 4.2). Es decir, la mayor parte de la muestra se adapta al perfil tipo de una comunidad de mayores: personas que buscan vivir una jubilación activa.

Figura 4.2.- Nivel de actividad social de las encuestados



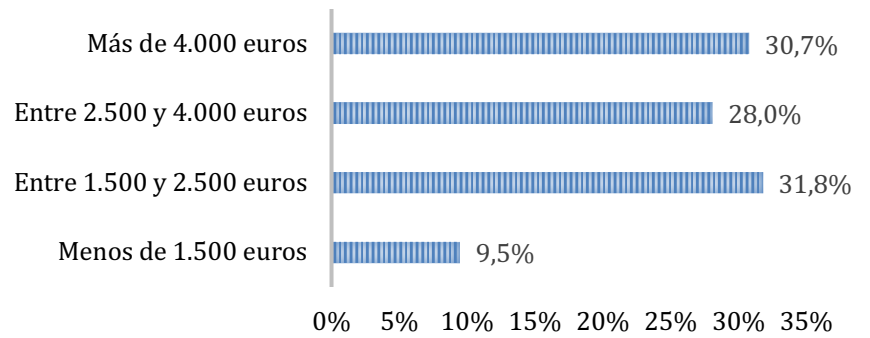
Por tramos de edad en la figura 4.3 observamos que un 37% de los encuestados tienen entre 56 y 64 años; un 29,7% entre 50 y 55 años; y un 29,3% entre 65 y 75 años. Sólo un 4% de los encuestados tienen más de 75 años. Es decir, la mayoría de los encuestados (casi el 70%) aún están en edad laboral y representarían a los clientes potenciales de comunidades de mayores en los próximos años.

Figura 4.3.- Distribución de la muestra por edad



La figura 4.4 presenta los resultados sobre el perfil de ingresos de los encuestados. Observamos que el rango de ingresos mensuales de la unidad familiar entre 1.500 y 2.500 euros es el más frecuente (algo más del 31%), si bien un 30,7% declara un nivel de ingresos superiores a 4.000 euros y un 28% entre 2.500 y 4.000 euros. Sólo un 9,5% de la muestra dispone de menos de 1.500 euros mensuales de ingresos.

Figura 4.4.- Distribución de la muestra según el rango de ingresos



5.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN



5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos de la investigación, analizando en primer lugar los relativos a la situación actual de los encuestados en cuestión de vivienda y sus expectativas de futuro, para seguidamente estudiar sus actitudes y preferencias respecto a las denominadas comunidades de mayores.

5.1.- Vivienda actual y futura

En la figura 5.1 se observa que la mayoría de los encuestados (70,1%) reside en la actualidad en una vivienda de su propiedad sin hipoteca, frente a un 24,3% que residen en una vivienda de su propiedad, pero con hipoteca. Sólo un 5,1% reside en vivienda alquilada. El hecho de que más de dos tercios de estas personas que conforman la generación sénior tengan una vivienda en propiedad sin estar endeudados con una hipoteca puede suponer una barrera inicial a la expansión de las comunidades de mayores, porque son personas que ya tienen garantizado su futuro habitacional y deberían ser convencidos de las bondades adicionales que supone trasladarse a una comunidad.

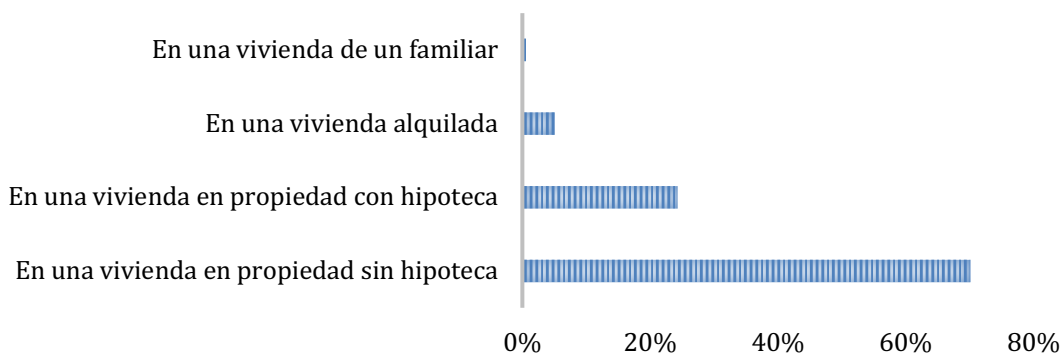
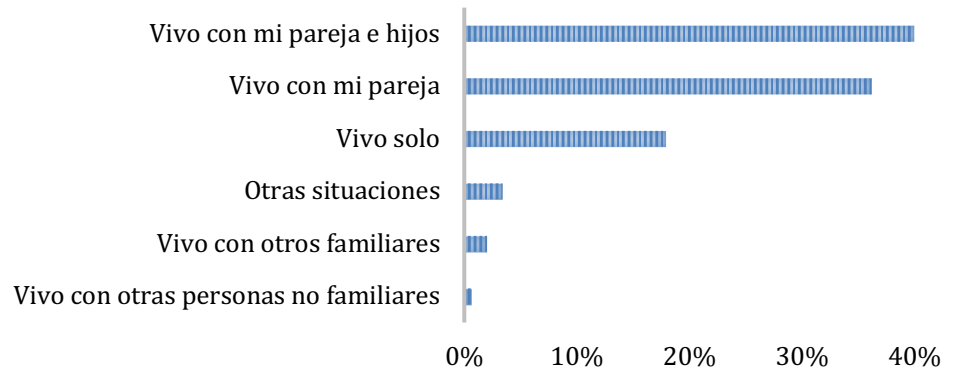


Figura 5.1.- Tipo de vivienda de residencia actual

El perfil de la unidad familiar es en su mayoría el de una pareja con hijos (39,9%) o sin hijos (36,1%), mientras que un 17,9% de los encuestados vive solo.

Figura 5.2.- Personas con las que se convive



Un aspecto importante del estudio es la intención de los encuestados a cambiar de residencia en el futuro. En este sentido, observamos (ver figura 5.3) que un 44,4% de los encuestados manifestó no tener intención de hacerlo en los próximos años. No obstante, casi el 16% de la muestra indicó que, aunque no lo tenía claro, existía alguna posibilidad. Por su parte, un 29,4% de los encuestados se mostró favorable a un cambio de residencia, y señaló que o bien tiene la intención de hacerlo en los próximos años (17,2%), o que hay bastantes posibilidades de ello. Es decir, podemos decir que habría aproximadamente un 30% de la muestra que representaría el segmento de la generación séniór que cabe identificar con el mercado potencial del sector de las comunidades de mayores.

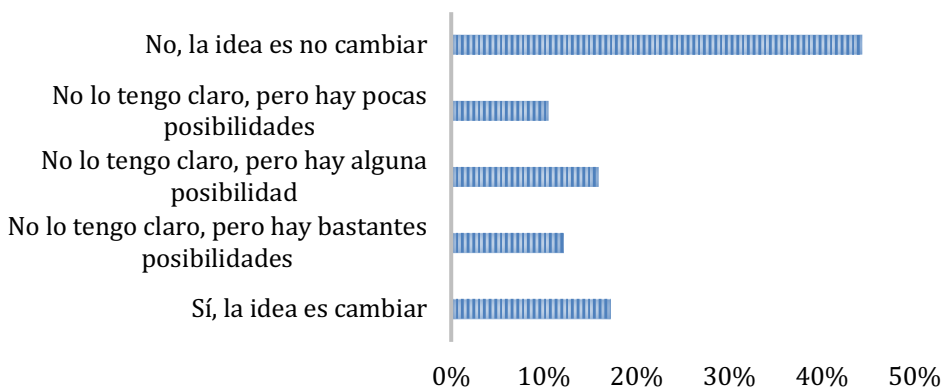
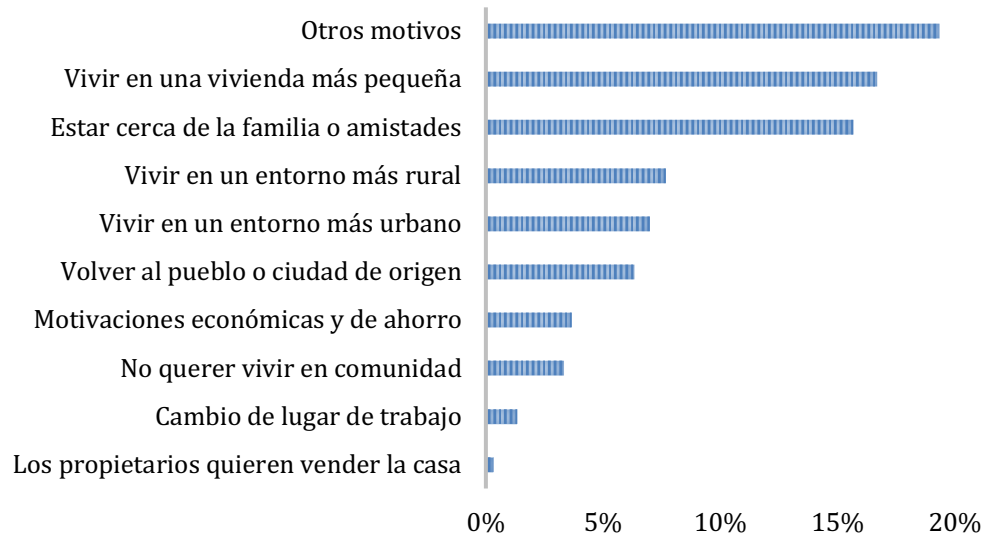


Figura 5.3.- Intención de cambiar de residencia

Entre los motivos para cambiar de residencia en el futuro, los encuestados señalan fundamentalmente el deseo de residir en una vivienda más pequeña o estar cerca de la familia o amistades (ver figura 5.4). No obstante, se indican otros motivos como son disponer de una vivienda más cómoda, (ascensor, condiciones de accesibilidad, etc.), con mejores instalaciones (jardín, piscina), vivir en otro lugar más fresco, una vivienda de mayor tamaño, entre otros.

Figura 5.4.- Motivos para cambiar de residencia



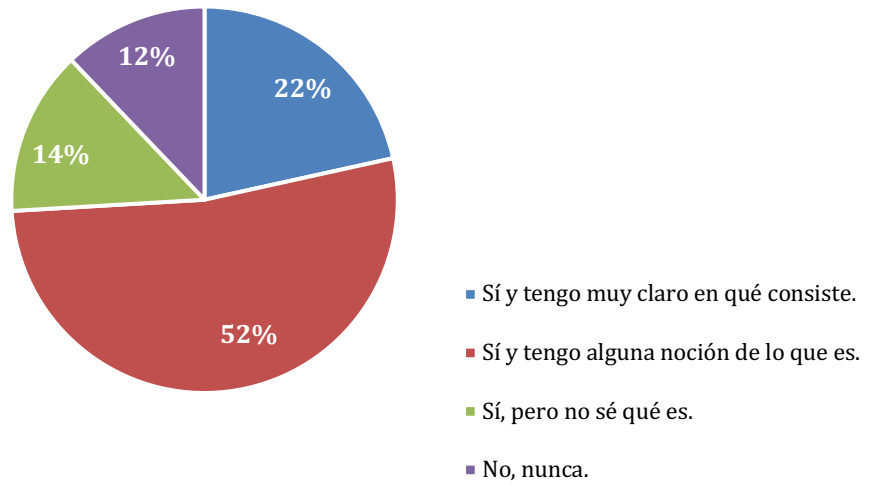
Gran parte de las razones alegadas para cambiar de vivienda están relacionadas con aspectos y atributos propios de las comunidades de mayores (vivienda pequeña, más cómoda, mejores instalaciones, etc.), por lo que son orientaciones para la estrategia de comunicación de las empresas del sector de las comunidades de mayores.

5.2.- Comunidades de mayores

A continuación, se analizan los resultados obtenidos a preguntas específicas sobre las denominadas comunidades de mayores o comunidades sénior. A este respecto, un 52,5% de los encuestados manifiesta tener alguna noción sobre este concepto y un 21,5% lo conoce perfectamente. Es decir, casi el 75% de los encuestados conoce, en mayor o menor medida, este término. Sólo un 12% no ha oído nunca el término o, si lo ha hecho, no sabe a qué se refiere (14%).

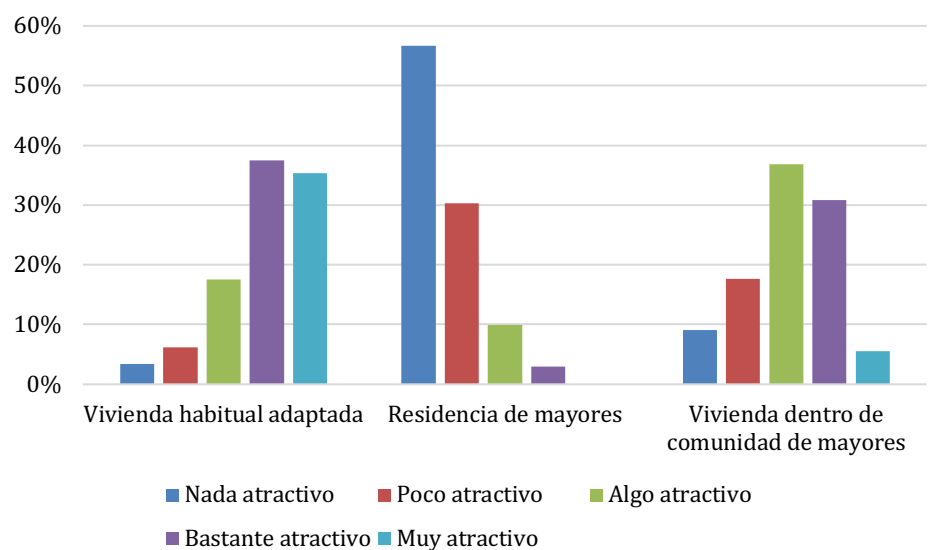
La preferencia por un formato de vivienda u otro para vivir los años de jubilación puede variar según se consideren los años en los que la persona sénior aún se mantiene sana y activa, o se consideren situaciones y años donde se necesitará una ayuda socio-sanitario o se tenga cierta dependencia física. Por eso en la encuesta se incluyeron dos preguntas específicas sobre la preferencia por distintos formatos de vivienda en ambos tipos de situaciones.

**Figura 5.5.-
Conocimiento del
concepto de comunidad
de mayores**

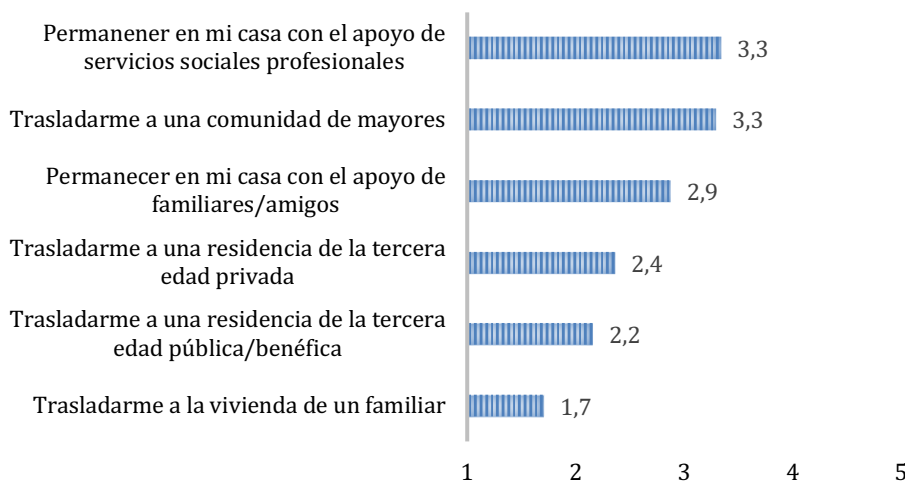


En la figura 5.6 se observa el atractivo para los encuestados de varias alternativas habitacionales, en el supuesto de que se mantengan sanos y con el deseo de vivir una jubilación activa. Observamos que la opción más atractiva es la adaptación de la vivienda habitual (media de 3,95 sobre 5), que un 72,9% de los encuestados encuentran esta opción bastante o muy atractiva. Por su parte, la alternativa menos valorada es la residencia de mayores (media de 1,59 sobre 5), que solo es considerada como una opción bastante o muy atractiva por el 3% de los encuestados. Optar por una vivienda en una comunidad de mayores resulta bastante o muy atractiva para el 36,4% de los encuestados que le otorgan una valoración media de 3,06 puntos sobre 5.

**Figura 5.6.- Atractivo de
distintas soluciones
habitacionales**



A continuación, preguntamos a los encuestados sobre la alternativa que preferirían si actualmente o en el futuro necesitasen cuidados y atención por razones de salud o de la propia edad (ver figura 5.7). Las opciones más valoradas (3,3 sobre 5) son permanecer en casa con el apoyo de servicios sociales profesionales y trasladarse a una comunidad de mayores. Además, estas dos opciones son las que mayor porcentaje de respuestas favorables (algo o muy probable) reciben con un 50,7% y un 46,1%, respectivamente.



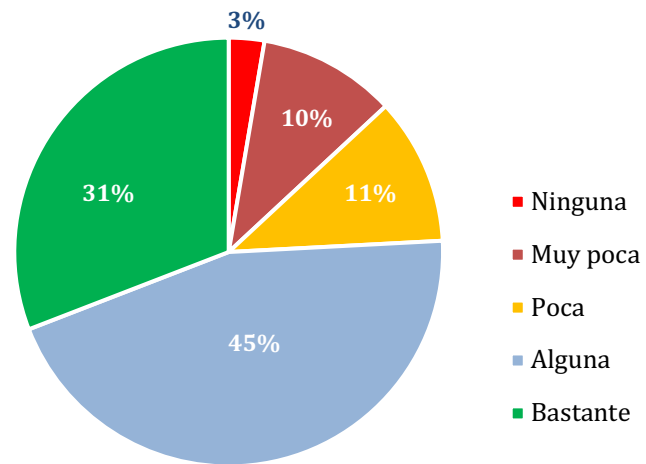
**Figura 5.7.-
Preferencias sobre
vivienda en caso de
necesidad de cuidados**

Nota: escala de 1 (nada probable) a 5 (muy probable).

En vista de lo anterior, podemos considerar que las comunidades de mayores representan una alternativa habitacional realmente interesante, tanto en el caso de considerar una situación sana y activa en el momento de la jubilación, como si las condiciones de salud requirieran de cuidados específicos. No obstante, la opción de la vivienda habitual resulta la mejor valorada y la preferida frente a las otras opciones, sobre todo en el caso de consumidores sénior sanos con el deseo de vivir una jubilación activa.

Además de las dos preguntas anteriores, para concretar más específicamente el interés por las comunidades de mayores, se incluyó en el cuestionario una pregunta sobre la intención de vivir en el futuro en una comunidad de mayores si tuviesen información exacta de la existencia de una o si le fuese recomendado por alguna persona de su entorno más cercano. En la figura 5.8 se muestra la estimación que hacen los encuestados sobre irse a vivir en el futuro a una comunidad de mayores si surgiese la posibilidad. Así, un 31% de los encuestados lo ve bastante probable y un 45% indica que esa opción tiene alguna probabilidad.

Figura 5.8.- Probabilidad de trasladarse a una comunidad de mayores



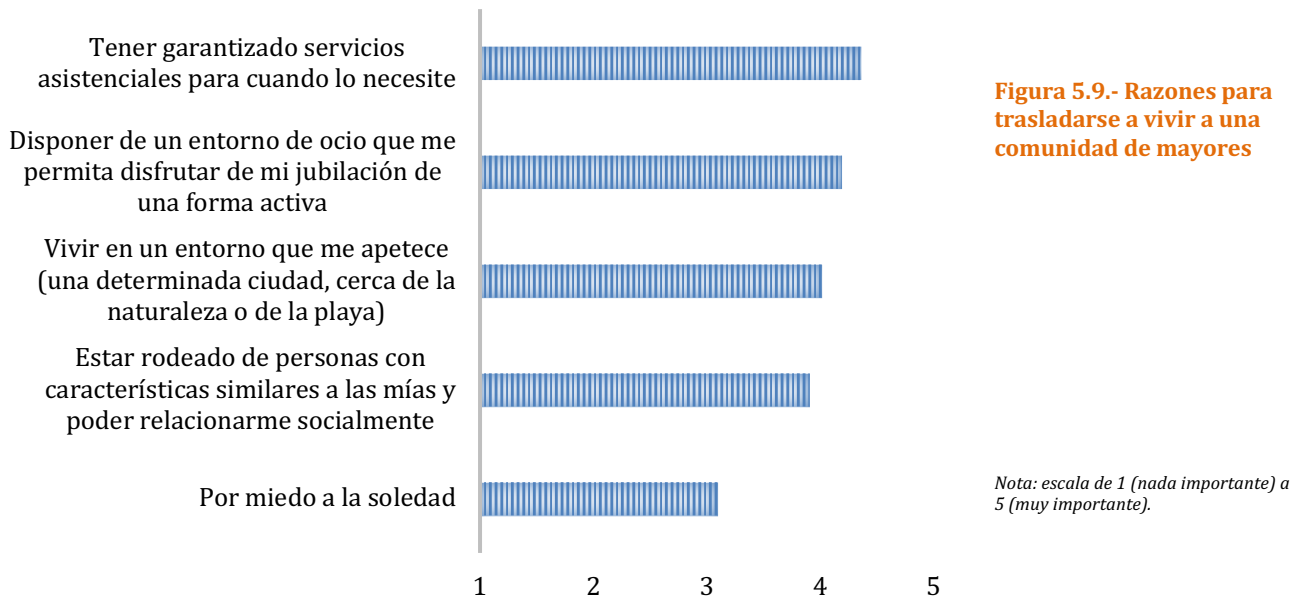
En este punto, resultaría interesante conocer si existe una relación estadísticamente significativa entre el nivel de conocimiento que el ciudadano sénior tiene sobre la existencia y el concepto de comunidad de mayores y su intención o probabilidad de residir en el futuro en una comunidad de mayores. De esta forma, podríamos plantear la necesidad de realizar acciones promocionales de este tipo de viviendas con objeto de aumentar la intención de vivir en ellas por parte de los consumidores sénior.

En la tabla 5.1 se recoge la tabla de contingencia entre ambas variables. El análisis de la Chi cuadrado de Pearson pone de manifiesto que las diferencias entre los distintos grupos de individuos son estadísticamente significativas (valor: 36,189, gl. 12, significatividad asintótica $p=0,000$). Es decir, se confirma que los ciudadanos sénior con mayor nivel de conocimiento sobre la existencia y el funcionamiento de las comunidades de mayores son los que mayor probabilidad de residir en el futuro en ellas manifiestan.

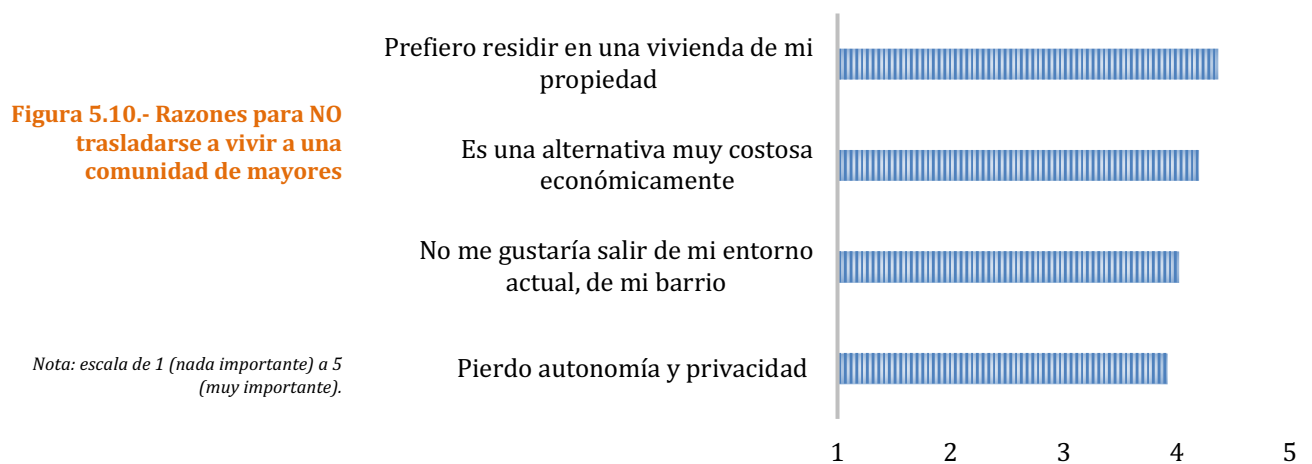
Tabla 5.1.- Tabla de contingencia nivel de conocimiento- nivel de intención futura

		No ha oído hablar	Ha oído hablar, pero no sé qué son	Sí y tiene alguna noción básica	Sí y tiene muy claro qué son
Bastante probabilidad	% dentro de probabilidad de residir	5,4%	9,8%	55,4%	29,3%
	% dentro de nivel de conocimiento	13,2%	22,0%	32,7%	42,2%
	% del total	1,7%	3,0%	17,1%	9,0%
Alguna probabilidad	% dentro de probabilidad de residir	11,1%	16,3%	54,8%	17,8%
	% dentro de nivel de conocimiento	39,5%	53,7%	47,4%	37,5%
	% del total	5,0%	7,4%	24,7%	8,0%
Poca probabilidad	% dentro de probabilidad de residir	24,2%	9,1%	51,5%	15,2%
	% dentro de nivel de conocimiento	21,1%	7,3%	10,9%	7,8%
	% del total	2,7%	1,0%	5,7%	1,7%
Muy poca probabilidad	% dentro de probabilidad de residir	16,1%	22,6%	41,9%	19,4%
	% dentro de nivel de conocimiento	13,2%	17,1%	8,3%	9,4%
	% del total	1,7%	2,3%	4,3%	2,0%
Ninguna probabilidad	% dentro de probabilidad de residir	62,5%	0,0%	12,5%	25,0%
	% dentro de nivel de conocimiento	13,2%	0,0%	0,6%	3,1%
	% del total	1,7%	0,0%	0,3%	0,7%

A continuación, se pidió a los encuestados que valorasen la importancia de varias razones por la que se irían a vivir a una comunidad de mayores (ver figura 5.9).



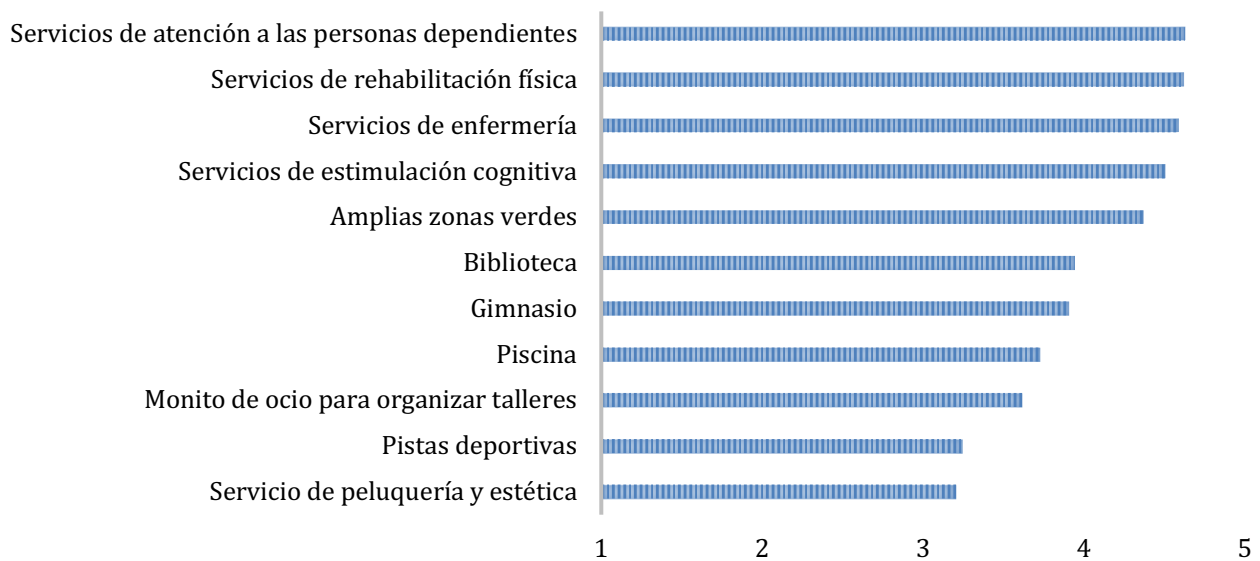
Tener garantizado servicios asistenciales para cuando lo necesiten y disponer de un entorno de ocio que permita disfrutar de la jubilación de una forma activa son las dos razones principales esgrimidas por los encuestados. Por el contrario, en la figura 5.10 se muestran las principales razones para no optar por una comunidad de mayores. La preferencia por una vivienda en propiedad o el elevado coste de dicha alternativa son las principales razones para no elegir esta opción.



Con independencia de los servicios básicos que ofrece una comunidad de mayores (comedor, limpieza, seguridad, etc.), se pidió a los encuestados valorar la importancia de que una comunidad de mayores oferte los servicios adicionales que se muestran en la figura 5.11.

Como cabría esperar, los servicios de atención a las personas dependientes, de rehabilitación física, de enfermería, estimulación cognitiva y la existencia de amplias zonas verdes son los más valorados por los encuestados, si bien todos los servicios ofertados recibieron una puntuación superior a la media de la escala (3).

Figura 5.11.- Valoración de la importancia de distintos servicios complementarios en una comunidad de mayores



Nota: escala de 1 (nada importante) a 5 (muy importante).

5.3.- Preferencias hacia distintos modelos de comunidades de mayores

Como se ha indicado en la metodología, los participantes en la encuesta tuvieron que indicar su grado de preferencia entre 9 modelos diferentes de comunidades de mayores. Tras aplicar a las opiniones manifestadas la técnica del análisis conjunto se ha obtenido que el modelo de comunidad de mayores preferido por el conjunto de la muestra es aquel que ofrece viviendas en formato casas, en una localización de costa, con un modelo de gestión cooperativo entre los socios-residentes y con un sistema de pago basado en pago por uso o servicio recibido. Estas tipologías de cada uno de los 4 atributos utilizados para definir el modelo de comunidad de mayores son los que más utilidad generan a los encuestados (ver tabla 5.2), con valores de la R de Pearson y la Tau de Kendall estadísticamente significativos. Asimismo, en la figura 5.12 se recoge la importancia relativa que tiene cada uno de los 4 atributos en la formación de las preferencias de los individuos que han conformado la muestra.

Tabla 5.2.- Utilidades estimadas para identificar el diseño óptimo de modelo de comunidad de mayores

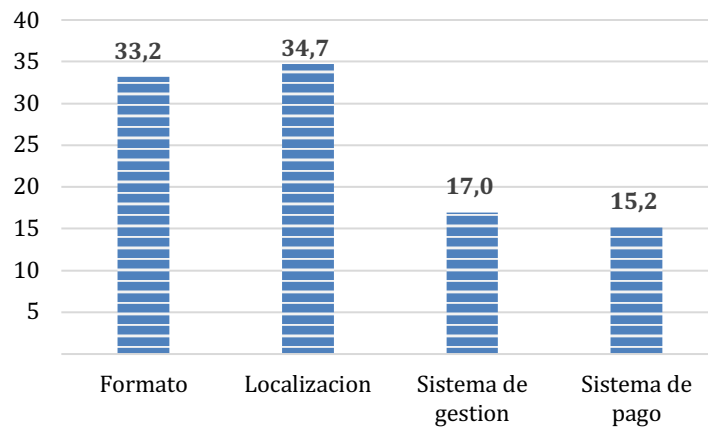
		Estimación de la utilidad	Error típico
Formato	Piso	-0,341	0,068
	Apartamento	0,092	0,068
	Casa	0,248	0,068
Localización	Urbana	-0,025	0,068
	Rural	-0,170	0,068
	Costa	0,195	0,068
Sistema de gestión	Cooperativa	0,088	0,051
	Privada	-0,088	0,051
Sistema de pago	Todo incluido	-0,007	0,051
	Pago por uso	0,007	0,051
(Constante)		3,020	0,053

Nota: El color verde resalta los niveles de atributo con utilidades positivas y el color rojo aquellos con utilidades negativas.

Además del perfil del modelo ideal de comunidad de mayores, podemos destacar los siguientes resultados derivados el análisis conjunto:

- El formato de las viviendas y el tipo de localización geográfica de la comunidad de mayores son claramente los atributos o aspectos más relevantes para los ciudadanos de la generación sénior (determinan el 34,7% y el 33,2% de la estructura de preferencias). Por el contrario, menos relevantes son los sistemas de gestión y los sistemas de pago (determinan el 17% y el 15,2%).
- Aunque las viviendas en formato de casas son claramente las que más utilidad generan (por tanto, las preferidas), también generan utilidad positiva las viviendas en formato apartamentos. Sin embargo, los pisos dan lugar a utilidades negativas.
- Para el conjunto de la muestra, la localización en una zona costera es la única que genera utilidades positivas. Las otras dos opciones, zonas urbanas de interior y zonas rurales, generan utilidades negativas, especialmente esta última.
- Como se ha indicado, el sistema basado en cooperativa de socios residentes es preferido al sistema de gestión por parte de una empresa privada.
- En relación con el sistema de pago, es cierto que el preferido es el pago por uso, pero no existe una diferencia significativa con respecto al sistema de todo incluido.

Figura 5.12.- Importancia relativa de los atributos que definen un modelo de comunidad de mayores



Una vez analizados los resultados globales para el conjunto de la muestra, se procedió a realizar un **análisis de la estructura de preferencias** segmentando la muestra según dos criterios: 1) la probabilidad de residir en el futuro en una comunidad de mayores y 2) su nivel de conocimiento actual sobre las comunidades de mayores.

Para la **segmentación según la probabilidad de residir en una comunidad de mayores en el futuro**, la muestra se ha dividido en tres grupos: los que manifiestan no asignar ninguna probabilidad o una probabilidad muy pequeña a residir en estas comunidades (24,0%), los que indican que podría haber alguna probabilidad (45,2%) y los que manifiestan bastante probabilidad (30,8%). Los resultados obtenidos son los siguientes (tabla 5.3 y figura 5.13):

- No hay diferencias en cuanto al formato de vivienda preferido, pues los tres segmentos prefieren una casa, siendo también valorado positivamente, pero en menor medida, el formato de apartamentos. Sin embargo, los pisos generan utilidades negativas. Eso sí, hay que destacar que, para el segmento de mayor probabilidad de residir en una comunidad de mayores, las utilidades estimadas del formato casa y del formato apartamento son muy similares, por lo que se puede decir que casi le dan la misma preferencia.
- Se puede considerar que tampoco hay diferencias en cuanto a la localización del complejo de viviendas. Los tres segmentos prefieren residir en una zona de costa, otorgando utilidades negativas a la localización en zona rural. La localización en zona urbana de interior también obtiene utilidades negativas, salvo en el segmento de mayor probabilidad de ser clientes en el futuro, donde se le concede una utilidad baja, pero positiva.
- Los tres segmentos prefieren un sistema de gestión basado en la cooperativa, frente a la gestión privada.
- El sistema de pago preferido es el de pago por uso para los dos segmentos de ciudadanos con menores probabilidades de ser clientes

futuros de una comunidad de mayores. Sin embargo, para el segmento con mayores probabilidades prácticamente es indiferente el sistema de pago. Las dos opciones podrían ser aceptadas.

- En cuanto a la importancia relativa de los 4 atributos de los modelos de comunidad de mayores, se aprecian diferencias entre el segmento más proclive a ser cliente (mayores probabilidades manifestadas) y los otros dos segmentos con menores probabilidades. La importancia relativa del formato de vivienda aumenta conforme aumenta la probabilidad manifestada de ser clientes en el futuro. Por el contrario, la importancia relativa de la localización disminuye.

En resumen, a efectos de implicaciones para la gestión, el criterio “probabilidad de ser clientes en el futuro” tiene un bajo poder discriminante para detectar la existencia de segmentos de clientes potenciales con preferencias distintas según el modelo de comunidad de mayores. Aun así, se podría decir que para el segmento con mayor probabilidad de convertirse en clientes reales en el futuro el modelo ideal de comunidad de mayores sería aquella comunidad diseñada con viviendas en formato casa o apartamento, en zona costera, gestionada bajo una cooperativa y prácticamente indiferente al sistema de pago.

Tabla 5.3.- Utilidades estimadas para identificar el diseño óptimo de modelo de comunidad de mayores, según la probabilidad asignada a residir en ellas.

		Ninguna o poca probabilidad		Alguna probabilidad		Bastante probabilidad	
		Utilidad estimada	Error típico	Utilidad estimada	Error típico	Utilidad estimada	Error típico
Formato	Piso	-0,330	0,067	-0,332	0,069	-0,364	0,065
	Apartamento	0,071	0,067	0,054	0,069	0,171	0,065
	Casa	0,259	0,067	0,277	0,069	0,194	0,065
Localización	Urbana	-0,090	0,067	-0,045	0,069	0,050	0,065
	Rural	-0,085	0,067	-0,200	0,069	-0,194	0,065
	Costa	0,175	0,067	0,246	0,069	0,143	0,065
Sistema de gestión	Cooperativa	0,072	0,050	0,113	0,052	0,070	0,048
	Privada	-0,072	0,050	-0,113	0,052	-0,070	0,048
Sistema de pago	Todo incluido	-0,010	0,050	-0,011	0,052	0,003	0,048
	Pago por uso	0,010	0,050	0,011	0,052	-0,003	0,048
(Constante)			0,053	3,019	0,055	3,119	0,051

Nota: El color verde resalta los niveles de atributo con utilidades positivas y el color rojo aquellos con utilidades negativas.

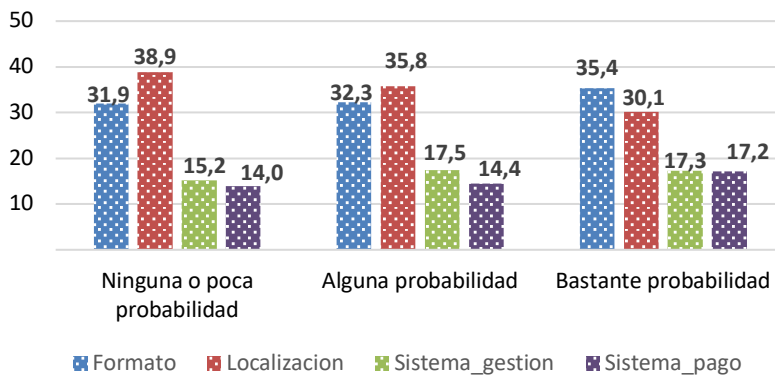


Figura 5.13.- Importancia relativa de los atributos según la probabilidad de residir en el futuro en una comunidad de mayores

Por otro lado, para la **segmentación según el nivel de conocimiento** previamente manifestado sobre el concepto de comunidad de mayores, la muestra se dividió en tres segmentos: aquellos que no habían oído hablar del concepto o sí lo habían oído, pero no sabían nada sobre él (26,4% de la muestra), los que habían oído hablar y tenían solamente una baja noción de qué son y cómo funcionan (52,2%) y los que manifestaron tener más claro qué son y cómo funcionan (21,4%).

Los resultados obtenidos son los siguientes (tabla 5.4 y figura 5.14):

- No hay diferencias en cuanto al formato de vivienda preferido, pues los tres segmentos prefieren una casa, siendo también valorado positivamente, pero en menor medida, el formato de apartamentos. Sin embargo, los pisos generan utilidades negativas.
- Tampoco hay diferencias relevantes en cuanto a la localización del complejo de viviendas. Los tres segmentos prefieren residir en una zona de costa, otorgando utilidades negativas a la localización en zona rural.
- Los tres segmentos prefieren un sistema de gestión basado en la cooperativa, frente a la gestión privada.
- Tampoco se detectan diferencias llamativas en cuanto al sistema de pago preferido. En los tres segmentos se obtiene utilidad positiva para el de pago por uso, aunque para los que no tienen conocimientos prácticamente les es indiferente un método de pago u otro.
- La observación de la importancia relativa de los 4 atributos de los modelos de comunidad de mayores pone de manifiesto que no hay diferencias significativas entre los tres segmentos, aunque la diferencia de importancia relativa entre localización y formato de vivienda es mayor algo mayor en el segmento de ciudadanos que no tienen conocimientos, que en el caso de los otros dos segmentos.

En resumen, el criterio “conocimiento previo” no tiene poder discriminante y no sirve para identificar segmentos reales y válidos para la toma de decisiones de los gestores o promotores de comunidades de mayores.

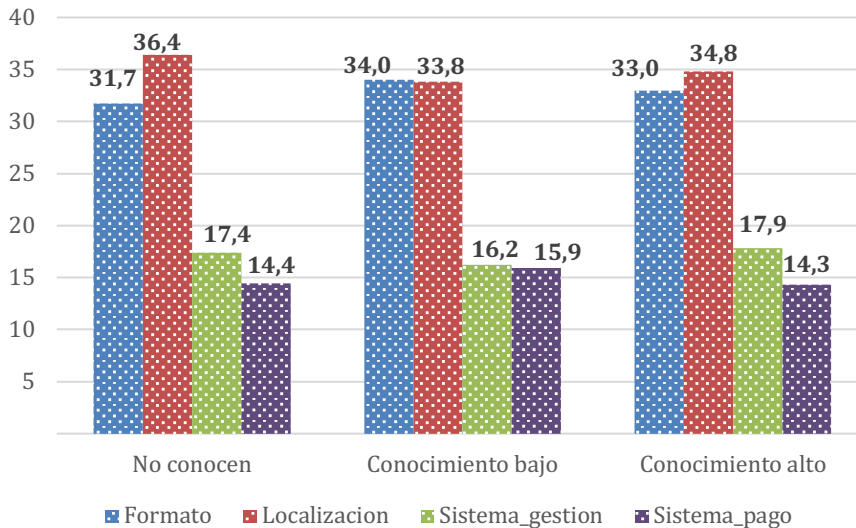


Figura 5.12.- Importancia relativa de los atributos según el nivel de conocimiento

Tabla 5.4.- Utilidades estimadas para identificar el diseño óptimo de modelo de comunidad de mayores, según nivel de conocimiento

		No conocen		Conocimiento bajo		Conocimiento alto	
		Utilidad estimada	Error típico	Utilidad estimada	Error típico	Utilidad estimada	Error típico
Formato	Piso	-0,314	0,054	-0,325	0,066	-0,410	0,110
	Apartamento	0,038	0,054	0,088	0,066	0,176	0,110
	Casa	0,276	0,054	0,237	0,066	0,235	0,110
Localización	Urbana	-0,084	0,054	0,032	0,066	-0,088	0,110
	Rural	-0,026	0,054	-0,281	0,066	-0,099	0,110
	Costa	0,110	0,054	0,249	0,066	0,186	0,110
Sistema de gestión	Cooperativa	0,127	0,040	0,067	0,049	0,098	0,082
	Privada	-0,127	0,040	-0,067	0,049	-0,098	0,082
Sistema de pago	Todo incluido	-0,001	0,040	-0,025	0,049	0,030	0,082
	Pago por uso	0,001	0,040	0,025	0,049	-0,030	0,082
(Constante)			0,042	3,066	0,052	2,975	0,087

Nota: El color verde resalta los niveles de atributo con utilidades positivas y el color rojo aquellos con utilidades negativas.

5. CONCLUSIONES



6. CONCLUSIONES

Desde la Cátedra Generación Sénior de la Universidad de Extremadura se ha realizado esta investigación con el objetivo general de identificar las actitudes de las personas mayores hacia nuevas soluciones habitacionales, en particular hacia las denominadas comunidades de mayores, de cara a vivir una jubilación activa física y mentalmente. Este objetivo general se concreta en 4 objetivos específicos:

- 1) Conocer las preferencias del consumidor sénior por los distintos formatos de vivienda para pasar su jubilación.
- 2) Conocer su nivel de conocimiento sobre el concepto de comunidad de mayores.
- 3) Conocer las razones que favorecen o dificultan que el consumidor sénior considere las comunidades de mayores como una alternativa habitacional atractiva para su jubilación.
- 4) Conocer sus preferencias ante distintos modelos de comunidades de mayores.

El informe se inicia con un análisis descriptivo de la denominada generación sénior, tanto en España como en Extremadura, y se describen las principales opciones de vivienda que ofrece el mercado a los consumidores sénior, a saber: vivienda habitual adaptada, comunidades de mayores, residencia de mayores, y resorts para mayores. A continuación, se realiza una investigación comercial sobre las preferencias del consumidor sénior acerca del tipo de vivienda a disfrutar durante su jubilación, y en particular sobre el conocimiento que tiene de las denominadas comunidades de mayores, qué características las hace más atractivas como opción habitacional, cuál es el tipo de comunidad de mayores más adaptado a las preferencias de los consumidores, y en definitiva cuál sería la actitud de estos consumidores sénior ante este tipo de vivienda.

Este informe se ha realizado a partir de los resultados de una encuesta realizada entre personas mayores de 50 años, un 33,3% de los cuales se encontraban retirados, en situación de jubilación, mientras que el 66,6% restante sería el grupo que podemos considerar como potenciales usuarios de estas comunidades de mayores en la próxima década. El perfil de los encuestados responde al de un varón de entre 56 y 64 años, con un nivel de ingresos mensuales entre 1.500 y 2.500 €. Algo más del 70% de los encuestados viven en una vivienda propia sin hipoteca, lo cual puede suponer una barrera inicial al desarrollo de las comunidades de mayores, porque estas personas ya tienen garantizado su futuro habitacional y deberían ser convencidos de las bondades adicionales que tendrían su traslado a este tipo de instalaciones. En este sentido, solamente un 30% de

las respuestas manifestaban su decisión de cambiar de vivienda en el futuro. Las principales razones para hacerlo son cuestiones relativas a características y atributos propios de las comunidades de mayores como, por ejemplo, el acceso a una vivienda más pequeña, más cómoda, cerca de familiares y amigos, y con mejores instalaciones.

En lo que se refiere al ámbito concreto de las comunidades de mayores, los resultados del estudio nos permiten destacar las siguientes conclusiones:

- 1) En general, el concepto de comunidades de mayores dice ser conocido por gran parte de los encuestados (77%), aunque sólo el 22% señala saber perfectamente qué son.
- 2) Aunque la opción de vivir en una comunidad de mayores resulta atractiva o muy atractiva para casi el 40% de los encuestados, la opción mejor valorada como solución habitacional para la jubilación es la vivienda habitual adaptada. No obstante, en el caso de plantear una situación en la que el usuario requiriera atención o cuidados específicos, ambas opciones resultan ser las mejor valoradas.
- 3) Las comunidades de mayores parecen representar una alternativa habitacional realmente interesante. De hecho, un 31% de los encuestados considera bastante probable vivir su jubilación en ellas y un 45% no lo descarta. Así, entre las principales razones que señalan los encuestados para trasladarse a una comunidad de mayores destacan la oferta de servicios asistenciales y el entorno de ocio, mientras que entre los motivos para no hacerlo se mencionan el coste y la preferencia por la vivienda propia.
- 4) Existe un perfil tipo de comunidad de mayores que representa en mayor medida las preferencias de los encuestados. Se trata de una vivienda tipo casa, localizada en un entorno de costa, con un modelo de gestión cooperativo y un sistema de pago por uso de los servicios recibidos. Este resultado puede resultar relevante para el diseño de la oferta que, en su caso, instituciones (públicas o privadas) estén planificando a la hora de acceder al mercado de las comunidades de mayores.
- 5) El formato de vivienda (casa, apartamento, piso) y la localización (urbana, rural, costa) son los atributos más relevantes para los encuestados. Dentro del atributo formato o tipo de vivienda, la casa es la que mayor utilidad ofrece al consumidor, aunque el apartamento también arroja una utilidad positiva. Por su parte, la localización en la costa es la que genera una mayor utilidad, muy por encima de las otras dos opciones, especialmente de la localización en un entorno rural.
- 6) Finalmente, del análisis de la estructura de preferencias, a efectos de implicaciones para la gestión, podemos concluir que ni la mayor o menor probabilidad de ser clientes de comunidades de mayores en el futuro, ni el mayor o menor conocimiento de estas, parecen ser criterios que

permitan detectar diferencias entre los distintos segmentos de clientes potenciales del modelo de comunidades de mayores.

En definitiva, el estudio pone de manifiesto la existencia de un interés de los potenciales usuarios de las comunidades de mayores por este tipo de vivienda para el momento de su jubilación. Además, se observa un perfil bastante preciso del tipo de comunidad que resulta más atractivo para estos consumidores sénior, aunque no podamos concluir, en base a la evidencia obtenida, que existan características en los consumidores que permitan su utilización en el proceso de toma de decisiones por parte de los promotores o gestores de estas comunidades. No obstante, los sénior con mayor nivel de conocimiento sobre la existencia y el funcionamiento de las comunidades de mayores son los que manifiestan mayor probabilidad de residir en ellas en el futuro. Con base en este resultado, se puede afirmar que es muy relevante para aumentar el potencial comercial de los proyectos de comunidades de mayores que se puedan desarrollar en los próximos años la difusión de información, a través de los medios de comunicación adecuados, acerca del concepto, el funcionamiento y las ventajas de esta opción de vivienda para la jubilación.

Desde el Observatorio de la Generación Sénior de esta cátedra seguiremos trabajando en nuevos estudios que arrojen luz sobre las posibilidades habitacionales para la generación sénior.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Asociación Estatal de Directoras y Gerentes de Servicios Sociales (2022). Índice de desarrollo de los servicios sociales. Accesible en <https://directoressociales.com/wp-content/uploads/2023/09/IDEC-2022.pdf>
2. CENIE (2021). Estudio de la economía de la longevidad en España. Centro Internacional sobre el Envejecimiento (CENIE) y Oxford Economics. Salamanca.
3. Hair, J., Anderson, R.E., Tatham, R.L., Black, W.C. (1999). Multivariate Data Analysis. Fifth Edition, Prentice-Hall International, Inc.
4. IMSERSO (2021). Estadísticas SAAD. Sistema para la Autonomía y la Atención de la Dependencia, noviembre 2021.
5. INE (2022). Proyecciones de Población. Instituto Nacional de Estadística.
6. INE (2023). Indicadores de Estructura de la Población. Instituto Nacional de Estadística.
7. INE (2023b). Estadística Continua de Población. Instituto Nacional de Estadística.
8. Mestres, J. (2023). La edad de oro de los *baby boomers*. Retos y oportunidades. CaixaBank Research. Junio 2023.