

RESIDENCIA DE ESTUDIANTES

La fidelización de los usuarios como objetivo fundamental

1. El negocio

Las residencias de estudiantes, colegios mayores y residencias universitarias son establecimientos que ofrecen alojamiento y manutención en habitaciones o estancias propias a estudiantes que comparten unas salas y unos servicios comunes, cocina, comedor y baños atendidos por personal de la residencia.

Estas residencias son una magnífica opción de alojamiento para los miles de jóvenes, que buscando un trato personalizado y una aceptable relación calidad-precio, han de abandonar su localidad para comenzar sus estudios universitarios en otra distinta a la suya. Muchos estudiantes deciden optar por la alternativa de las residencias en vez de los pisos compartidos u otras opciones cuando buscan alojamiento porque es el modo de ahorrarse una parte significativa de las tareas domésticas, lo cual les permite adaptarse de una forma progresiva al hecho de vivir solo. La mayor parte de las residencias de estudiantes disponen de servicio de comedor (que evita que el estudiante cocine, friegue platos que tenga que hacer la compra), y un gran número de ellas también cuenta con servicio de limpieza de lavandería. También es cierto por la misma razón se suele producir el abandono de las residencias por parte de muchos usuarios tras el primer o segundo año de estancia para pasar a alojarse en un piso compartido. Por otra parte, muchos padres prefieren que sus hijos se alojen a una residencia al menos el primer año de estudios ya que estiman que existe un mayor control que en un piso compartido. Otra de las ventajas que resultan fundamentales a la hora de que un usuario opte por alojarse en una residencia es la posibilidad de conocer a otros estudiantes que se encuentran en una situación similar.

Según datos del INE, actualmente en España existen unos 1.000 establecimientos dedicados al alojamiento de estudiantes, siendo un sector que puede ser considerado como una oportunidad de negocio siempre que se escoja bien la ubicación (en muchas zonas las aperturas han sido superiores a la evolución de la demanda, lo que ha provocado un descenso del índice de ocupación de plazas y una mayor competencia en precios). El futuro del sector, aceptando sus nuevos retos y oportunidades, pasa por la apuesta por una esmerada atención personalizada, una adecuada relación calidad-precio, la transmisión de profesionalidad, el cumplimiento de las expectativas de los clientes, la gestión eficiente, los acuerdos con las universidades, una estructura organizativa apropiada, el uso de herramientas de gestión de clientes, etc.

2. El local

La decisión de comprar o alquilar el local para el hostel resulta de gran trascendencia. En caso de adquirir el local, la inversión se elevaría de forma considerable. La mayor parte de los asesores recomienda en principio el alquiler para evitar problemas de tesorería, no descartando la compra en un futuro. A la hora de escoger el local, es importante tener en cuenta que debe cumplir con todos los requerimientos que se exponen en la Ley 10/1997, de 19 de diciembre, de Turismo de Castilla y León, así como sus posteriores modificaciones, si las hubiere.



La ubicación es uno de los factores determinantes en la evolución de este negocio, siendo recomendables zonas bien comunicadas con la Universidad o donde exista concentración de centros educativos o bien cerca de los lugares tradicionales de interés social y cultural de la localidad. Las reformas a realizar en el local para su acondicionamiento conforme a las necesidades, la viabilidad económica y la legislación vigente se pueden hacer a partir de 150.000 € (cifra que puede reducirse si en el local ya se ha desarrollado esta actividad o una similar), e incluirán acciones a realizar en el exterior (rótulos, cierres, etc.) y en el interior (adecuación para su uso como residencia, habilitando recepción, ascensores, cocina, comedor, sala de estar, habitaciones con unas adecuadas condiciones de acceso, iluminación, ventilación y climatización, aseos, etc.).

3. Equipamiento y plantilla

La inversión necesaria en equipamiento (decoración, mobiliario para la recepción, comedor, zonas comunes y habitaciones, cocina completa, aire acondicionado y calefacción, etc.) puede rondar los 80.000 € para una residencia de 40 habitaciones. Constituir un stock inicial de material consumible (equipo informático, ropa de cama, toallas, útiles de oficina y de limpieza, alimentos perecederos y no perecederos, etc.) puede suponer unos 7.000 €.

La plantilla mínima requerida para un negocio de este tipo estará compuesta por las personas necesarias para llevar a cabo las tareas de gerencia, recepción y atención al público, mantenimiento y limpieza. Es habitual subcontratar la gestión administrativa ya que suele resultar más barato. Tanto la formación como las habilidades sociales de cada profesional han de ser las más adecuadas para la labor que van a llevar a cabo, ya que, en definitiva, la calidad del servicio que va a ofrecer la residencia va a depender directamente de las mismas, por lo que resulta muy importante la creación de un equipo de trabajo que sea capaz de satisfacer las expectativas del usuario de las instalaciones. Debido al estrecho y continuo trato con personas que se debe llevar a cabo en una actividad de este tipo es habitual contratar para estas labores a empleados con habilidades para las relaciones sociales.

4. La competencia

La composición de la competencia de una residencia dedicada al alojamiento de estudiantes viene conformada no sólo por las demás residencias de estudiantes dentro de la zona de influencia, sino también por el resto de establecimientos dedicados al alojamiento de personas (hostales y pensiones principalmente) y cualquier otra alternativa sustitutiva (habitaciones de alquiler, pisos compartidos, etc.). A pesar de ser un mercado con una oferta en continuo crecimiento, los expertos le auguran un buen futuro si se apuesta por la fidelización a través de una adecuada atención, una adaptación a las exigencias de los clientes y una buena relación calidad-precio.

La existencia de una oferta amplia en este sector hace que para competir mejor sea necesario conocer la competencia y los servicios que esta ofrece para equiparar o mejorar su oferta, siendo habitual apostar por competir vía precios o a través de la diferenciación, ofreciendo una amplia gama de servicios y una atención personalizada. Otros negocios han optado por la segmentación, siendo habitual la existencia de residencias femeninas y masculinas diferenciadas, pero también existen las que se especializan en estudiantes extranjeros, alumnos de Master o MBA, etc. En cualquier caso, resultan exitosas aquellas residencias que, además de concretar convenios provechosos con las universidades, logran convertirse en un referente en cuanto a reconocimiento en su ámbito de influencia.

5. Estrategias

Una ventaja competitiva permite tener una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas (ofrecer el servicio con mayor calidad, lograr menores costes que los rivales, tener una mejor ubicación, etc.). La estrategia competitiva consiste en el modo en que la empresa obtiene una ventaja. Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva son:

- **Liderazgo en Costes.** La residencia consigue unos costes menores que sus competidores, por lo que puede ofrecer sus servicios más baratos.
- **Diferenciación.** La residencia de estudiantes oferta un servicio que se diferencia de algún modo de los de la competencia (apuesta por la calidad, flexibilidad, mayor número de servicios, etc.).
- **Especialización o segmentación.** Consiste en centrarse en un nicho de mercado (p.e. chicos, chicas, alumnos Erasmus, estudiantes de postgrado, etc.), de modo que la residencia puede atender de modo más eficiente al conjunto de potenciales clientes que conforman ese nicho concreto.

FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** Centro de alojamiento de estudiantes en habitaciones con comedor y otros servicios comunes.
- **Sector:** Hostelería.
- **Requisitos administrativos generales:** Declaración censal de alta de obligaciones fiscales (IAE, IVA, IRPF...), de Seguridad Social y laborales. Licencias municipales (ambiental, obras y comunicación de inicio de actividad).
- **Inversión:** A partir de 230.000 euros se puede financiar la reforma del local más el equipamiento y el stock inicial. Si se adquiere el local, la inversión puede superar los 600.000 euros
- **Personal mínimo:** El necesario para garantizar los servicios de gerencia, recepción y atención al público, mantenimiento y limpieza.
- **Formación requerida:** Las adecuadas para la labor que han de llevar a cabo cada uno de los profesionales del centro.
- **Superficie:** El edificio escogido variará de dimensión en función del número de habitaciones ofertadas.

TRÁMITES A LLEVAR A CABO

1. **Los generales para todas las empresas de nueva creación.** Ver Ficha de negocio 1 (formas jurídicas).
2. **Obtención del Carnet de Manipulador de Alimentos por los trabajadores que lo requieran.**
3. **Implantación de un Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC), realizado por un organismo competente, si se requiere.**
4. **Cumplimiento los requerimientos mínimos que se exponen en la Ley 10/1997, de 19 de diciembre, de Turismo de Castilla y León, así como sus posteriores modificaciones, si las hubiere**
5. **Cumplimiento de las Ordenanzas Municipales sobre Accesibilidad Integral.**
6. **Comunicación de Inicio o Puesta en Marcha de Actividad en el Ayuntamiento.**
7. **Evaluación de Riesgos Laborales (al contratar trabajadores por cuenta ajena).**
8. **Cumplimiento de la L.O.P.D. (protección de datos), si se van a manejar datos de carácter personal.**