Creación de una Residencia Universitaria en el Sector Norte de la Ciudad de Guayaquil

Jenny Antonieta Díaz Wu
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Prosperina Km. 30,5 Vía Perimetral, Casilla 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador
jeandiaz@espol.edu.ec, jennydiaz.8@gmail.com

Resumen

La oferta de alternativas inmobiliarias para alojamiento de larga estancia, concretamente aquellas dirigidas a estudiantes universitarios, ha sido escasamente explotada y desarrollada por el sector privado, por lo que la oferta actual es reducida y no suple las necesidades reales de la creciente población universitaria que se desplazan de distintos lugares del país a ciudades más desarrolladas como Guayaquil, en busca de un ambiente académico más adecuado y competitivo, considerando la gran concentración y diversificación de centros universitarios en la urbe.

El presente proyecto está definido como una propuesta nueva en la ciudad de Guayaquil, diseñada en base a las actuales necesidades del mercado local, el cual busca incentivar el desarrollo de alternativas privadas de alojamiento de larga estancia para estudiantes universitarios, cuya oferta de servicio sea de niveles superiores en calidad y capacidad a precios accesibles, los cuales brinden además, servicios complementarios como valor agregado que genere beneficios a sus residentes, instaurando un ambiente más cómodo y agradable que optimice el desarrollo académico y personal de sus residentes.

Palabras claves: *Residencia Universitaria, alojamiento de larga estancia, estudiantes universitarios.*

Abstract

The offer of housing alternatives, particularly offered to college students, has barely been exploited and developed in the private sector. In fact, the actual offer is reduced and does not even make up for the real necessities of the increasing college population, who relocates from different places around the country to cities more developed such Guayaquil, in search of a more adequate and competitive atmosphere, while considering the city's big concentration and diversification of university centers.

This project is defined as a new proposal for Guayaquil city, which has been designed in order to meet the actual needs of the local market. The main purpose of this project lies on the incentive for advancing the private housing alternatives for college students with a service offer that provides higher levels of quality and housing capacity for accessible prices as well. Moreover, it could bring complementary service such as the added value which might generate benefits to its residents as well as creating a much more comfortable and pleasant ambience that helps optimizing the residents' academic and personal growth.

Keywords: *residence hall, housing for college students, college dorms.*

1. Introducción

En el Ecuador, se ha evidenciado en los últimos años, una relativa recuperación de la estabilidad macroeconómica del país, que ha estimulado el desarrollo de diversos proyectos de inversión en diferentes sectores del país.

Uno de los sectores que ha tenido un crecimiento sostenido en los últimos años, es el sector de los servicios, que en el 2008 aportó en un 25% al Producto Interno Bruto del país. A pesar de ello, en la ciudad de Guayaquil, la inversión en proyectos de construcción de alternativas inmobiliarias enfocadas al alojamiento de larga estancia para estudiantes universitarios, específicamente en residencias universitarias, ha sido escasamente explotada y desarrollada por el sector privado, por lo que la oferta actual del mercado es reducida y no suple las necesidades reales de cientos de estudiantes universitarios que se desplazan a Guayaquil, provenientes de distintos lugares del país, en busca de un ambiente académico más adecuado y competitivo, considerando que la expansión y diversificación de la oferta de Educación Superior en el país, tiene mayor concentración en las ciudades de Quito y Guayaquil – donde se centra el 50% del total de centros universitarios del país - y que además, la población universitaria en el Ecuador ha tenido un crecimiento sostenido en los últimos años.

Por otra parte, es necesario mencionar que no existe una orientación de mejoramiento continuo en el desarrollo de los servicios complementarios ofrecidos a los estudiantes universitarios, lo que no estimula el crecimiento integral del perfil académico de los individuos, afectando negativamente en el rendimiento académico y en la adaptación al entorno profesional, laboral y social.

2. Oportunidad de Negocio

Como resultado de la aplicación de las metodologías de investigación de mercado en la realización del Estudio Exploratorio y Descriptivo, se determinó la existencia de una necesidad de alojamiento de larga estancia por parte de estudiantes de las universidades: Estatal de Guayaquil, Católica de Guayaquil y Escuela Superior Politécnica del Litoral, provenientes de provincias y ciudades localizadas fuera de la urbe, y como resultado del muestreo realizado, se obtuvo que el 60,67% de los encuestados, está interesado en la oferta del proyecto de Residencia Universitaria, con lo cual se identifica una atractiva oportunidad de negocio en este sector del mercado, que abarca un mercado potencial de 9.651 estudiantes.

Adicionalmente, se identificaron las alternativas de alojamiento de larga estancia que ofrece el actual mercado local: residencias estudiantile de carácter religioso, pensionados, cuartos/departamentos, casas de familiares o amigos, los cuales no han cubierto eficientemente las necesidades de los estudiantes universitarios, derivándose la oportunidad de posicionamiento estratégico en el mercado local del presente proyecto, como se detalla en la Figura 1.

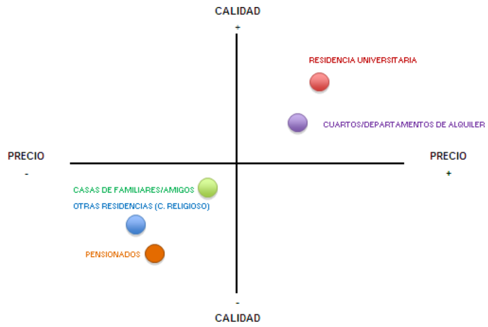

Figura 1. Mapa estratégico de la Competencia

Por otra parte, se reconocieron problemas comunes diarios y malestar general para los estudiantes universitarios, por la lejanía del domicilio familiar de los centros universitarios que afectan al rendimiento académico del estudiante y su desarrollo social y profesional.

Otro punto importante determinado mediante las metodologías de investigación aplicadas, es la disponibilidad económica de los clientes potenciales, los cuales están dispuestos a pagar hasta USD $150 mensuales por alquilar una habitación individual en la residencia universitaria, que es el precio promedio del alquiler de un cuarto o departamento de pequeñas a medianas dimensiones en la ciudad.

Considerando los puntos tratados anteriormente, se estima que el sector de alojamiento de larga estancia para estudiantes universitarios provenientes de provincias y ciudades ubicadas fuera de la urbe, que estudian en los centros universitarios objeto inicial del presente proyecto, podría mover anualmente cerca de USD $ 10.539.471,06 como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1. Movimiento Anual Estimado

Tamaño del Mercado Potencial (estudiantes universitarios)	9.651
Nivel de Aceptación en el Mercado Potencial	60,67%
Tamaño del Mercado Objetivo X	5.855
Disponiblidad económica de los Clientes Potenciales (usd/mensual)	$ 150,00
Movimiento Mensual Estimado (usd)	**$ 878.289,26**
Movimiento Anual Estimado (usd)	**$ 10.539.471,06**

Cabe mencionar que la rentabilidad del sector puede incrementarse aún más, si se considera la influencia de factores como: el crecimiento anual de la población de estudiantes en estas universidades, la expansión de cobertura hacia las demás universidades de la ciudad y el incremento de la diferenciación y del valor agregado que mejore el precio del servicio.

3. Plan Estratégico

La estrategia genérica a implementarse debe centrarse en crear un valor agregado al servicio de alojamiento de larga estancia, para la **diferenciación** de la oferta mediante la selección de atributos considerados importantes para los clientes que satisfagan sus necesidades e incorporar servicios adicionales al alojamiento, con la finalidad de que sea percibido en el sector como único con el objetivo de superar las expectativas de los consumidores, lo que recompensará un precio superior del servicio.

Para superar los riesgos derivados de la implementación de la estrategia de diferenciación y garantizar la rentabilidad del proyecto en el largo plazo, es necesario lograr costos eficientes para establecer precios razonables en los servicios y de esta manera, el consumidor esté dispuesto a pagar por ellos; además, se debe invertir significativamente en promoción y marketing, con el objetivo de aumentar la participación de mercado y asegurar la fidelidad de los residentes.

Por otra parte, considerando que el mercado objetivo tiene un nivel alto de conocimiento acerca de las alternativas de alojamiento en la ciudad de Guayaquil, es necesario reforzar la presencia de la residencia universitaria como primera opción de hospedaje para estudiantes universitarios provenientes de otras provincias, en la cual prime la calidad, comodidad y seguridad del servicio diferenciándose de la competencia, que se caracteriza por servicios no estandarizados, poco profesionales y bajos niveles de comodidad y calidad.

4. Plan Comercial

4.1. Producto

A continuación, se detallan los atributos más importantes que ofrece la Residencia Universitaria:

- Ubicación en una zona segura, de fácil acceso y cercana a las universidades mencionadas.
- Infraestructura espaciosa y moderna, dotada de servicios básicos, seguridad privada, acceso a la tecnología y una amplia capacidad de alojamiento.
- Habitaciones cómodas individuales y compartidas, con baño privado y amoblada funcionalmente para una estadía agradable.
- Oferta de servicios complementarios adecuadamente equipados como: restaurante, lavandería, cyber, centro de copiado, cabinas, sala de estudios con acceso a Internet inalámbrico, canchas deportivas y área de parqueo.
- Administración de la Residencia enfocada en garantizar la tranquilidad, seguridad y ambiente adecuado que motive el desarrollo académico – social de sus residentes mediante la interrelación y convivencia en una agradable comunidad estudiantil.

4.2. Promoción

La promoción se enfocará en presentar a los estudiantes y padres de familia, los atributos diferenciadores de la oferta de la Residencia Universitaria, a través de medios publicitarios, tales como:

- Revistas juveniles comerciales, revistas elaboradas y difundidas dentro de las universidades.
- Páginas web frecuentadas por cibernautas jóvenes.
- Expo-ferias que cuenten con la presencia de centros universitarios e institutos técnicos.
- Stand publicitario en las universidades objetivo.
- Visitas promocionales a colegios de las ciudades de la Costa, de las cuales se ha registrado una mayor afluencia de jóvenes bachilleres a las universidades objetivo.

4.3. Plaza

Como parte de los atributos de la oferta, la Residencia estará localizada en una zona segura en el sector Norte de la ciudad de Guayaquil, considerando que un significativo porcentaje de estudiantes encuestados viven actualmente en mencionado sector; además, tendrá facilidades de acceso a las líneas de transporte urbano y cercanía a los centros de estudios universitarios objetivos

La edificación de la Residencia contará con una superficie no inferior a los 2000 m^2 para abarcar una infraestructura moderna con capacidad inicial de alojamiento aproximadamente de 200 estudiantes distribuidos en dos edificios divididos para hombres y mujeres, con acceso a las habitaciones por escaleras y ascensor. En la planta baja estarán a disposición de los residentes, los servicios de: comedor/restaurante, lavandería, cyber/centro de copiado/cabinas y sala de estudios; en los espacios abiertos se ubicarán áreas verdes, canchas deportivas y el área de parqueo.

4.4. Precio

La fijación del precio de la habitación en la Residencia Universitaria, combina las variables de valor agregado: seguridad, comodidad, cercanía a la universidad y servicios complementarios, sumados a un precio accesible, para posicionar a la Residencia como una alternativa de alojamiento de mejor calidad, a un precio ligeramente superior al de la competencia.

En el proceso de fijación del precio, se debe considerar el rango de precios del mercado para servicios similares como: alquiler de cuarto/habitación/ departamento, casas residenciales, residencias universitarias locales, diferenciándose la oferta del presente proyecto, en la combinación de mayor calidad y buen servicio a un precio de alquiler mensual de la habitación de USD $180 por habitación individual y USD $120 por habitación doble compartida.

5. Plan Operativo

5.1. Características de ubicación y local

Para establecer las características de ubicación y local de la residencia, se debe tomar en cuenta como factores relevantes, los aspectos considerados importantes para los clientes potenciales y las condiciones que debe reunir el terreno, para cumplir con la propuesta de valor planteada en la oferta del servicio de alojamiento y asegurar la rentabilidad del proyecto. Éstos son:

- Seguridad de la zona y buena imagen de las áreas próximas.
- Ubicación cercana a las universidades objetivos.
- Facilidad de acceso a las líneas de transporte urbano.
- Localización en zonas no comerciales no muy traficadas, sino en sectores residenciales con tráfico liviano, para garantizar la tranquilidad de los residentes
- Costo del terreno viable para la inversión inicial del proyecto, que permita la recuperación del capital en un tiempo no superior a los 5 años.
- Amplia superficie de terreno no inferior a los 2000 m^2, para la edificación de una espaciosa área de habitaciones y servicios.

5.2. Esquema de servicio

El flujo del esquema de servicio establece de qué manera fluyen los procesos, tanto administrativos como operativos, dentro de la residencia; además, indica las actividades que realiza el personal que integra la estructura organizacional, garantizando que el cliente reciba un servicio satisfactorio en cada una de las áreas.

En la Figura 2 se detalla la secuencia del esquema de servicio, así como la infraestructura desarrollada para la prestación de servicios y las actividades internas que ejecuta el recurso humano para la prestación de servicios al cliente:

Figura 2. Esquema de Servicio

5.4. Gestión de la calidad

Un elevado nivel de calidad de servicio proporciona beneficios en cuento a cuota de mercado, productividad, costes, motivación del personal, diferenciación con respecto a la competencia, lealtad y captación de nuevos clientes. Por lo tanto, la gestión de la calidad de servicio se convierte en una estrategia prioritaria que debe ser definida, medida y mejorada continuamente.

En ese sentido, el recurso humano de la organización debe estar conciente de su compromiso ante el cliente y del propósito central de la gestión de la organización que es la satisfacción del residente, por lo tanto, todos los esfuerzos estarán orientados hacia la mejora continua del desempeño, que permitirá fortalecer el posicionamiento y generar ventaja competitiva perdurable en el largo plazo.

6. Agradecimientos

A todas las personas que laboran en las instituciones públicas y educativas que contribuyeron con información primaria para el desarrollo de la investigación de mercado y a todas las personas que aportaron con ideas, conocimientos, experiencias y propuestas que ayudaron a modelar la concepción del presente proyecto.

7. Referencias

[1] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2008), http://www.inec.gov.ec
[2] Consejo Nacional de Educación Superior (2008), http://www.conesup.net
[3] HAIR J., BUSH R., ORTINAU D., *Investigación de Mercados,* Mc Graw Hill, 2004.
[4] OBSERVATORIO DE MIGRACIONES (2008), *Oferta académica superior produce migración interna*, www.observatoriodemigraciones.org
[5] Banco Central del Ecuador (2008), http://www.bce.fin.ec
[6] Kotler Philip, Gary Armstrong, *Marketing*, Mc Graw Hill, 2004.