



**Plan de negocio para el desarrollo de una marca inmobiliaria para una
residencia estudiantil en modalidad de renta**

**Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el
grado de Magíster en Gestión y Desarrollo Inmobiliario por:**

María Teresa Gálvez Cecconi

Joice Giuliana Salas Hermoza

Flor de María Vásquez Espíritu

Programa de la Maestría en Gestión y Desarrollo Inmobiliario 2018-I

Lima, 07 de mayo de 2021

RESUMEN EJECUTIVO

Perú ha sido uno de los países más golpeados por el COVID-19, desde marzo del 2020 que se decretó el estado de emergencia sanitaria, la población estuvo confinada hasta el 1 de octubre del 2020, el Ministerio de Educación del Perú tuvo que decretar el cierre de los cursos de manera presencial y obligar a las universidades a dar su formación de manera virtual.

Esta situación nos hizo repensar y rediseñar la nueva “experiencia universitaria” que se daría de cara a nuestro plan de negocios.

Lejos de ver desventajas para el proyecto nos concentramos en las oportunidades que se pueden generar siendo conscientes que el sector inmobiliario no es ajeno a los efectos de esta crisis y, en muchos aspectos, es una de las industrias que más está siendo impactada por la situación económica, la incertidumbre y los esquemas de distanciamiento social planteados por los gobiernos. La actual pandemia ha modificado la forma en que las personas vivimos, trabajamos y consumimos bienes y servicios; sin embargo, el producto que ofrecemos responde a una necesidad y no a una demanda teniendo en cuenta que el plazo para el desarrollo de este está en tres años.

Hoy en Perú existen más de 1,341,000 estudiantes de pregrado. Un 40% de estos se concentra en la ciudad de Lima y se calcula que un 20% de ellos proviene de otros departamentos. Solo ese 20%, es decir, 60,000 estudiantes, generan un mercado anual para la industria de alojamiento. Adicionalmente, para el año 2021 se espera recibir cerca de 10,000 estudiantes de intercambio que estarán en promedio 5 meses alojando en un lugar fijo. Ambos grupos de estudiantes forman un mercado anual en la industria de alojamiento para estudiantes de US\$466.000.000 aproximadamente.

Históricamente, estos estudiantes han elegido entre 4 tipos de lugares para vivir: alquiler de departamentos que suele ser la alternativa más cara; alquiler de habitaciones donde son inquilinos en la casa o departamento de alguien; familias anfitrionas en especial para alumnos de intercambio; y residenciales para estudiantes.

Este proyecto busca entrar a este último grupo de viviendas que se ha caracterizado por su falta de preparación y comodidad en la recepción de estudiantes. En general, son casonas con piezas poco equipadas, instalaciones antiguas y espacios comunes limitados. Son inmuebles adaptados para recibir inquilinos en los espacios ya no utilizados y que no fueron construidos o distribuidos para esos efectos. A pesar de lo anterior, este grupo de viviendas, se completan rápidamente y sus dueños no perciben la necesidad de mejorar sus servicios.

Según lo anterior, aparece como una oportunidad muy atractiva el proyecto inmobiliario *Student Housing* que busca entregar un mejor servicio, generar una mejor experiencia y así lograr el posicionamiento de la marca como *top of mind* en residencias estudiantiles. Finalmente, se espera que en el mediano plazo se pueda implementar un proceso de expansión del negocio dentro de la capital u otros polos universitarios del país.

Dentro del ámbito financiero se destacan dos grandes montos de inversión. En primer lugar, la compra del terreno que tendrá una superficie aproximada de 2,000 mts². Dado el emplazamiento de la residencia, ubicado estratégicamente cerca de 3 universidades. En segundo lugar, la construcción y equipamiento del edificio. Finalmente, los gastos operativos (costos fijos y variables).

El principal ingreso del negocio corresponderá al alquiler de departamentos por períodos mensuales, semestrales o anuales. El precio promedio de alquiler de cada suite corresponde a USD \$600.00 dólares, además el edificio contará con un zócalo comercial en el primer nivel destinado a cubrir la demanda de los ocupantes y sótanos de estacionamientos que serán operados por una empresa experta en el negocio.