



● Escribe: **Florencia Bacelo**

¿Por qué abrir una residencia estudiantil?

La idea de la residencia se nos ocurrió hace dos años con un amigo. Habíamos empezado a buscar casas o propiedades para reformar, reciclar y vender; que es a lo que yo me dedico en la actualidad. Por otro lado, yo había tenido unas muy buenas experiencias en el exterior -en Estados Unidos y Madrid- como residente universitario. Entonces, a pesar de nuestra idea principal, se nos ocurrió abrir una residencia para estudiantes. De todas formas, no nos tiramos al agua de una, sino que hicimos un estudio de mercado con el que nos dimos cuenta que estaba mal atendido el público, o no atendido como nosotros queríamos. La idea derivó en hacer un negocio apuntado a satisfacer las necesidades de los residentes que no estaban cubiertas del todo en cuanto a la comodidad y a la capacidad de estudio dentro de la misma.

Abrió La Casona de Palermo el año pasado, ¿cómo ha sido la aceptación?

Tuvimos un muy buen grado de aceptación. Pasa que nos posicionamos muy bien porque sabíamos lo que querían del otro lado luego de hacer el estudio de mercado en el que recorrimos todas las residencias de Montevideo. También sacamos información de otra experiencia: un cuadro de fútbol que tengo conformado por chiquilines que tienen 19, 20 años. Por tanto, sabíamos lo que el cliente quería y cuáles eran las cosas que estaban haciendo mal las otras residencias. Entonces elaboramos un proyecto que diera económicamente. Nos dimos cuenta que era rentable bajando los costos fijos, es decir, que no fueran 40 jóvenes en la residencia sino 15; y así los costos fijos son menos. También, al cobrarles un poquito más, esa diferencia hace que el negocio sea rentable. Pudimos plasmar la idea que teníamos y la aceptación fue muy positiva. Es más, de los 10 chiquilines que empezaron el primer año, se quedaron ocho; no tuvimos mucha rotación que es lo que nosotros buscábamos.

"Nos posicionamos muy bien porque sabíamos lo que querían del otro lado"

Diego Martínez

Director La Casona de Palermo y La Casona de Gaboto

Jóvenes de todas partes del país llegan a Montevideo a estudiar. La incertidumbre y la ansiedad los une, comienza una nueva etapa en sus vidas. Las residencias universitarias los acogen y les dan la bienvenida. Sin embargo, existen diferencias en los servicios que cada una ofrece y las carencias en muchas de ellas fue lo que impulsó a Diego Martínez a lanzarse a este mercado y abrir dos residencias: La Casona de Palermo y La Casona de Gaboto.

¿Qué características detectó luego de hacer el estudio del mercado uruguayo?

La clásica residencia universitaria es una casa vieja que el dueño no sabe qué hacer y se pregunta ¿qué pasa si la alquilo? ¿No me van a pagar lo que yo quiero? Entonces se la alquila a muchas personas. ¿Qué ocurre cuando pasa eso? El propietario intenta maximizar la renta, lo que le cobra a cada joven, pero no le da los servicios básicos, como la cocina. Además, tienen pocos baños y es también un problema cuando son muchas personas conviviendo. Nosotros, al tener menos residentes, tenemos menores costos fijos y los servicios pueden rendir. Tenemos dos baños para la residencia con 10 jóvenes y cuatro baños en la que hay 15. Otro punto clave que detectamos es el poder estudiar adentro de los cuartos. Nosotros compartimos los cuartos de a uno o de a dos personas; entonces tenemos un escritorio personal para cada uno de los chiquilines, así pueden estudiar en ese lugar.

¿Cuál es el diferencial de las dos residencias?

Lo principal es que se puede estudiar dentro de la residencia ya que, si el objetivo de venir a Montevideo es estudiar y no podés hacerlo, es una gran contra. Después, los servicios:

los baños y la cocina que den, no solo para cocinar, sino el espacio y la comodidad. Otro diferencial importantísimo es el número de personas por dormitorio. En la Casona de Gaboto, que es la que abrimos este año, tenemos 18 habitaciones de las cuales 12 son individuales, solo dos son compartidas. En resumen, si los tendría que enumerar, te diría: la comodidad para estudiar, los servicios y después el confort ya que contamos con calefacción en cada cuarto.

¿Cómo percibe ese mercado en Uruguay?

La principal desventaja es que somos muy pocos, entonces los productos que tenés se acotan mucho al público final. Por otra parte, el mercado que elegimos está muy bueno porque nunca se van a acabar los residentes, siempre van a tener necesidad de alojamiento y va a crecer.

¿Qué características tienen en cuenta en el perfil de los residentes?

Antes de abrir la primera residencia tuvimos un encuentro con una psicóloga que es la que participa en la reunión con los jóvenes. Buscamos tanto personas que ya estén viviendo en Montevideo como aquellos que vienen a estudiar por primera vez. También buscamos que lo que vayan a estudiar o estén estudiando coincida entre al-

gunos. También buscamos que tengan intereses similares.

La verdad es que nos ha ido muy bien porque los grupos han salido muy unidos, incluso en una de las residencias hubo cinco de los 11 que se fueron a veranear juntos. Esto es una de las cosas que nos tienen más contentos: la integración y la amistad que deriva de la convivencia en cada casa.

¿Qué impulsó a abrir la segunda residencia?

La verdad es que nos encontramos con otra propiedad que tenía buenas características para comprar y reciclar. En el frente tenía una casona y en la parte de atrás existía la posibilidad de hacer un emprendimiento con cuatro apartamentos. Entonces el precio general, como era el mismo dueño, nos convenía y decidimos comprarla.

Unos amigos inversores se quedaron con la parte de atrás y yo me quedé con la de adelante. Y, como nos había ido bien en la primera residencia, decidí seguir el mismo modelo. La Casona de Gaboto, así la llamamos, queda en Gaboto y Canelones. Asimismo, al tener la experiencia de la residencia anterior, pudimos adecuarla más a lo que el mercado quiere y combinarlo con lo que nosotros pretendíamos ofrecer.

¿Qué expectativas tiene para este año?

Con respecto a los jóvenes, esperamos que estén los más cómodos posible, que puedan estudiar tranquilos y que logren desarrollarse y encontrar un grupo con el que se lleven bien. Las expectativas son las mejores. Esperemos que les sirva a los chiquilines. No buscamos tanto la parte económica... O sea, que el negocio es rentable es un hecho, pero lo que resulta más interesante es poder darles algo bueno para que queden satisfechos y acompañarlos en esta etapa de la vida.

¿Qué implica, a nivel personal, este emprendimiento?

Es mi primer negocio solo, por más que en un principio lo desarrollé con un amigo. Hago todo, por tanto es muy demandante. No obstante, lo hago con mucho cariño y siento que lo que estoy ofreciendo al mercado es algo diferente y que se necesita. Estoy muy contento con la residencia y con los jóvenes que forman parte de ella, y eso me da mucha fuerza para seguir adelante. *

Señas de identidad

Diego Martínez tiene 30 años y nació en Montevideo. Estudió Comunicación Corporativa en la Universidad ORT y Educación Física. En la actualidad se dedica más al área de Comunicación y también trabaja en el rubro Construcción, mientras que Educación Física forma parte de sus hobbies. Le encanta el fútbol, juega en la Liga Universitaria, y también el basketball. Un libro que le gusta mucho es el del autor Mike Krzyzewski, *Leading with the heart (Liderando con el corazón)* ya que trata sobre los deportes y los negocios. Cuando se le preguntó un sueño que le queda por realizar, Martínez contestó a *Empresas & Negocios*: "Formar una familia feliz".