
Mercado

AirBnb y ‘sus amigas’ ganan cuota de mercado: uno de cada cien españoles ya usan estas ‘proptech’

El número de españoles que utilizan plataformas digitales para alquilar habitaciones aumenta un 2% con respecto a 2016, con el ahorro como principal motivo para la elección de este tipo de intermediario de alojamiento.

Jabier Izquierdo
8 nov 2017 - 04:57

AirBnb y sus amigas ganan cuota de mercado: uno de cada cien españoles ya usan esta

Crece el número de españoles que utiliza las *proptech* para contratar alojamiento. Plataformas como Airbnb, con ventas en España por valor de 2,62 millones de euros en 2015, han sido utilizadas este año por uno de cada cien españoles. Además, durante el primer semestre de 2017, el 29,4% de la población ha utilizado algún tipo de plataforma de economía colaborativa, lo que supone un incremento del 3,7%.

En este aumento de la utilización en España de las plataformas digitales, ninguna cuenta con la influencia de Airbnb. Del 9,6% de la población española que ha contratado pernoctaciones a través de las *start up* del sector inmobiliario, buena parte lo ha hecho a través de esta plataforma, donde **el ahorro es el principal motivo de su éxito**. No en vano, el 60,3% de los usuarios de la *app* han marcado esta casilla como la más relevante en su preferencia por este modelo de economía colaborativa, según el informe del segundo trimestre del año realizado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

Tras la ventaja en los precios, la segunda cuestión que más influye en las personas que utilizan este sistema es su flexibilidad de horarios y ajuste a las necesidades del cliente (26,3%), seguido por la agilidad y comodidad para la contratación del servicio (21,4%) en comparación con los servicios tradicionales. Entre el resto de motivos por

los que hacen uso de estas *proptech*, una lista en la que también aparecen Wimdu, HomeAway y Beroomers, se encuentran la confianza que genera la dotación de información sobre los ofertantes (15,1%), el ser un servicio inexistente en el mercado (10,5%) y la mayor calidad que prestan (10,1%) en comparación con los servicios tradicionales, entre otros.

La frecuencia de uso de estos servicios también ha aumentado en 2017. **El número de españoles que utiliza este tipo de *proptech* al menos una vez al mes se ha doblado, pasando del 0,3% al 0,6%.** Sin embargo, continúa siendo mayoría el porcentaje de personas que pernocta una vez al año en viviendas o habitaciones de alquiler a través de internet, con un 5,2%, una cifra que mengua cuando se trata de la población que ha repetido operación en el primer semestre de 2017 (3,5%).

La mitad de los usuarios, satisfechos con el servicio

El índice de satisfacción de este tipo de plataforma es alto. **El 51,2% de los españoles que han utilizado este modelo de alojamiento se muestra satisfecho con el servicio** recibido, según el dossier de la CNMC. La cifra supone un aumento en este aspecto del 5,2% con respecto a 2016. Asimismo, entre los usuarios que reconocían estar nada satisfechos con su experiencia en una vivienda alquilada de manera *online*, ha descendido del 3,8% al 1,1%. En el otro lado de la balanza, el porcentaje de personas que se encuentran muy satisfechas de alojarse en una vivienda ajena a través de una *proptech* se ha fijado en un 11,8%.

Descenso del porcentaje de oferta

Si la demanda de este servicio aumenta año tras año, el número de personas que oferta alojamiento a través de las *start ups* del inmobiliario ha disminuido. El descenso es mínimo, de un 0,2%, pero significativo si se tiene en cuenta el auge de las *proptech*. Un 1,2% de los españoles ha alquilado, al menos una vez en 2017, su vivienda o habitación por un periodo limitado de tiempo. El dato baja al 1% en cuanto a los usuarios que han alojado a personas más de una vez. En cambio, sí ha crecido el número de personas que alquila con asiduidad su inmueble con las plataformas digitales. En 2016, sólo un 0,1% cobraba por este servicio una vez al mes o a la semana, mientras que este año ese índice se sitúa en un 0,4% si se trata de una vez al mes y del 0,3%, si se refiere a una vez a la semana.

Según los datos de la CNMC, **el motivo principal de los usuarios para alojar huéspedes en su vivienda es el interés por aumentar sus ingresos económicos (27%)**, por delante de la facilidad de las plataformas digitales para ofrecer el alquiler del piso (20,7%) y la oportunidad de conocer a personas e intercambiar experiencias (16,2). Más atrás

quedan la confianza que genera la dotación de información personal del demandante (15,7%) y la contribución a la sostenibilidad medioambiental (11%).

Airbnb, un gigante en expansión

En los últimos meses, el gigante del *proptech*, Airbnb, está trabajando arduamente en su expansión e inversión en el sector inmobiliario. La compañía de San Francisco se ha aliado con la promotora Newgard Development Group para diseñar un edificio de apartamentos de 324 unidades que llevará el nombre de la empresa. La construcción de este bloque se sitúa en el marco del proyecto Niido, que prevé crear hasta 2.000 apartamentos durante los próximos dos años.

Asimismo, en verano, la **start up** consiguió legalizar su actividad en Japón bajo la **condición del gobierno nipón de que los propietarios privados tendrán un límite de 180 noches al año para alquilar sus propiedades**. Además, sin salir del continente asiático, la empresa liderada por Brian Chesky ha cambiado su nombre en China por el de Airbingyi con el objetivo de seducir al cliente chino y así expandir sus tentáculos por un mercado del que prevé sacar muchos frutos.