



## Caso Breve 41

### AIRBNB: EL GIGANTE DEL ALOJAMIENTO

Mar Perona Alfageme  
*Universidad Alfonso X El Sabio*

Cuando Brian Chesky y Joe Gebbia se mudaron a vivir a San Francisco en el año 2007 encontraron dificultades para pagar el alquiler de su apartamento. Por ello decidieron poner un colchón inflable en su salón y alquilarlo por noches ofreciendo también un desayuno (bed and breakfast, en inglés). Fue el comienzo de la compañía Airbnb. Durante estos 10 años “hemos crecido tanto que hemos tenido más de 300 millones de huéspedes alojados en más de 4,5 millones de hogares en 81.000 ciudades de todo el mundo”, asegura el vicepresidente del área de Alojamientos de Airbnb, Vlad Loktev.

AirBnb no tiene propiedades, es un mero intermediario entre anfitriones (propietarios) y huéspedes, y recibe una comisión por cada alquiler que se realiza a través de su plataforma. Airbnb presume de haber permitido que millones de personas de todo el mundo puedan compartir su casa y así convertirse en emprendedores.

Según las cifras de Airbnb, durante estos 10 años han ingresado más de 33.236 millones de euros. De esta suma, 650 corresponden a España, donde cada uno de los 117.500 anfitriones recibió de media 3.400 euros en 2016. Airbnb ha pasado de alquilar espacios compartidos a una variedad de propiedades como apartamentos, casas, castillos, barcos, tipis, iglús o islas privadas. Además, ofrece experiencias como puede ser un guía para ir de compras por Milán, clases de repostería en París o sesiones de surf en Los Ángeles.

La compañía se plantea el ambicioso objetivo de pasar de los 300 millones de huéspedes a los 1.000 millones en 2018. Para ello, ha desarrollado las siguientes líneas de negocio:

- **“Colecciones”**, que es una selección de alojamientos agrupados en función de una finalidad específica, como, por ejemplo, dirigidos a familias o a viajes de trabajo. Próximamente espera lanzar versiones para bodas, lunas de miel, viajes en grupo y cenas.
- **“AirBnb Plus”**: espacios cuya calidad y confort han sido verificados en persona “no son solo casas bonitas, sino anfitriones excepcionales”, afirma Chesky, cofundador de Airbnb. La verificación consiste en una evaluación de 100 variables agrupadas en tres pilares: comodidad, limpieza y diseño.
- **“Beyond Airbnb”**: para quienes buscan algo más lujoso. Se trata de viajes personalizados, que combinarán alojamientos excepcionales con experiencias únicas y exclusivas y servicios de gran nivel. Este producto es el resultado de la adquisición en 2017 de la empresa canadiense de retiros de lujo Luxury Retreats.

**Pregunta:** Con base en el modelo de Abell, identificar el campo de actividad de la empresa, a partir del ámbito y la diferenciación entre segmentos estratégicos.

**Fuente:** web Airbnb y Actualidad Económica, 24 de marzo de 2018