

AIRBNB ESTÁ CRECIENDO MÁS LENTAMENTE



¿Cómo ha madurado Airbnb 10 años después de su creación? Un nuevo reporte detallado nos explica por qué el crecimiento de esta compañía se está haciendo más lento.

Airbnb ha alcanzado la cima en sus mercados más maduros: El de Europa y el de los Estados Unidos. Esta es una de las principales conclusiones de un nuevo reporte publicado por Morgan Stanley, el cual resalta la creciente competencia de Booking.com y Expedia en el área de los arriendos por temporadas. El estudio está basado en una encuesta hecha a 4000 clientes en los Estados Unidos, Francia, el Reino Unido y Alemania.

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el porcentaje de personas quienes han usado los servicios de Airbnb en los últimos 12 meses (hasta octubre de 2018) se ha incrementado en solo dos puntos, hasta un 27%. Para el año 2017 se había incrementado en tres puntos, en contraste a ocho puntos en el año 2016. El suave aterrizaje de Airbnb es palpable, especialmente siendo que la frecuencia de reservaciones se redujo en un 10% por miembro, mientras que dicha frecuencia había sido estable en los últimos tres años.

¿Cómo puede explicarse esa disminución en el crecimiento de esta compañía? Los investigadores de Morgan Stanley le atribuyen esta disminución a tres razones principales: 1. Consciencia de marca, la cual ha alcanzado su límite en las regiones estudiadas (86%). 2. Problemas de privacidad, legalidad y seguridad. 3. Competencia con agencias en línea como Booking.com y Expedia. El 59% de encuestados usan una agencia de viajes en línea para reservar no solo viajes y habitaciones de hotel, sino también alojamientos alternativos.

No es sorpresa que Airbnb sigue teniendo un impacto significativo en el sector hotelero: En el 2018, el 47% de encuestados reemplazaron una estadía en un hotel con una estadía por medio de Airbnb. Los encuestados también reportan que generalmente usan agencias de viaje en línea para reservar habitaciones en hoteles, y usan Airbnb para elegir alojamiento en arriendo por temporadas.

Sin embargo, el reporte indica que, "esperamos que las líneas se desvanezcan a largo plazo a medida que los consumidores empiecen a preferir sitios web que ofrezcan el inventario más grande de hoteles y alojamientos alternativos". Pero Booking.com, por ejemplo, se está desarrollando más rápidamente en el área de reservas de apartamentos, de lo que Airbnb se está desarrollando en el área de reservaciones de hoteles – área sobre la que sigue siendo confidencial. El grupo anuncia 2.065 millones de unidades de alojamiento a partir del 30 de septiembre de 2018, incluyendo 430 mil hoteles, moteles y centros turísticos, además de 1.635 millones de casas, apartamentos y equivalentes.

Además, Airbnb enfrenta feroz oposición por parte de hoteles en muchas ciudades. Recientemente las asociaciones de hoteles de 30 ciudades como Roma, Londres, Buenos Aires, Barcelona y Tokio,

firmaron un manifiesto conjunto con el objetivo de "denunciar a los operadores profesionales quienes ocultan sus actividades ilegales", lo cual se estima que representa más del 50% de los cobros hechos por plataformas como Airbnb, de acuerdo a la unión.

De acuerdo a Morgan Stanley, para el año 2019 se espera que Airbnb genere 150 millones de alojamientos de una noche en los Estados Unidos, Francia, el Reino Unido y Alemania. En el 2018 el grupo de California, presente en 191 países, habrá alcanzado 140 millones de alojamientos de una noche. Su objetivo es alcanzar mil millones de usuarios al año, para el año 2028.

Date: 2018-11-26

Article link: <https://www.tourism-review.es/airbnb-ya-no-esta-creciendo-tan-rapido-news10837>