

MY SPACE BARCELONA

“Nuestro crecimiento pasa por la gestión de edificios de viviendas de propietarios”

My Space Barcelona es una empresa de *e-commerce* especialista en alquiler de todo tipo de apartamentos para estancias cortas en núcleos urbanos. El crecimiento de la empresa ha sido muy significativo debido tanto al crecimiento propio del sector como al aumento de la cartera de edificios gestionados. La empresa ofrece servicios a los propietarios de inmuebles de forma integral, desde la comercialización, la recepción y asistencia a los clientes así como los servicios de mantenimiento y limpieza de los edificios. Desde su fundación ha ido incrementando los servicios ofertados, adquiriendo gran experiencia en la gestión completa de los alojamientos turísticos. Raquel Boquer, ejecutiva y gerente de la empresa, nos explica cómo van a potenciar su modelo de negocio.

Raquel Boquer, gerente de
My Space Barcelona

-¿Cuál es el plan de expansión de My Space Barcelona?

Nuestra intención es crecer como empresa y ofrecer más servicios. En nuestra opinión ese crecimiento debe conseguirse a través del aumento de la cartera de pisos gestionados, aprovechando nuestro *know how* adquirido, tanto en *e-commerce* como en la gestión de apartamentos para ampliar negocio y dar respuesta a una demanda que actualmente no cubrimos. La demanda de estos últimos años ha crecido de forma sostenida y en muchos casos la oferta no ha respondido de forma adecuada a las necesidades de la demanda. Nosotros podemos satisfacerla y, al mismo tiempo, ofrecer una adecuada rentabilidad a los propietarios que explotan dichos inmuebles. El aumento de la cartera de pisos gestionados facilitará que se cubra la demanda actualmente existente y que, de momento, no está siendo cubierta. Finalmente, nuestra estrategia de crecimiento se complementará con la entrada de nuevos mercados geográficos dentro de las principales áreas urbanas (Madrid, Valencia, etc.).

-¿Cómo potenciaréis vuestro modelo de negocio?

El secreto de nuestro modelo está en la especialización. A pesar de que el alquiler ofrece una gran diversidad de posibilidades, tanto a corto como a medio plazo, nosotros nos vamos a centrar en seleccionar la cartera de inmuebles orientada en las cortas estancias (*vacation rentals*) que permitan obtener altas rentabilidades a los propietarios y por eso nos concentraremos en los núcleos urbanos con una fuerte presencia turística.

Sin embargo, cualquier actividad que necesite alojamiento temporal puede encajar dentro de nuestro modelo. A pesar de nuestro plan estratégico, siempre estamos atentos a las oportunidades de negocio que se puedan presentar y evaluarlos de forma adecuada. Es evidente que las nuevas tecnologías son una variable clave que se debe tener muy



FOTO: TONI SANTISO

presente en el desarrollo del negocio, por lo que vamos a potenciar ese canal ya que es clave a la hora de comercializar el producto. La empresa constantemente dedica una parte de sus recursos a la mejora del desarrollo de las nuevas tecnologías y su presencia en las redes sociales. En definitiva, hacemos todo lo posible para que el usuario obtenga un apartamento totalmente ajustado a sus requisitos.

-¿De qué manera trabajáis y establecéis nuevos planes en la empresa?

La implementación de la estrategia que hemos diseñado se orienta a la búsqueda de propietarios que no obtienen la rentabilidad adecuada de sus inmuebles para ofrecerles una oferta profesional que les permita ceder su cartera inmobiliaria. De hecho, una vez que han trabajado con nosotros se muestran satisfechos. De este modo, cumplimos un

doble objetivo, crecemos de forma duradera a través de la fidelización de los propietarios y respondemos a la demanda del mercado de corta estancia.

-¿Cuál es vuestro perfil de cliente?

Muy variado. Contamos con ejecutivos, familias, estudiantes que vienen de Erasmus y Masters, pacientes médicos y grandes empresas internacionales que contratan nuestros apartamentos para sus trabajadores... En los últimos años hemos observado un crecimiento de clientes que alquilan apartamentos para cortas temporadas en Barcelona, porque la ciudad es un destino muy reconocido a nivel mundial. Hay que resaltar que los apartamentos de My Space Barcelona ofrecen amplios servicios a nuestros clientes tales como transfers, coworkings, servicios de limpieza y entradas a museos y atracciones turísticas.

Además, están ubicados en el centro de la ciudad, a poca distancia de los principales puntos de interés para los visitantes, y cuentan con excelentes conexiones de transporte público a los más prestigiosos centros médicos privados, escuelas de negocios y a la playa de Barcelona. Sin duda alguna, ofrecemos un modelo de gestión muy atractivo y de alto nivel, tanto para propietarios como para clientes.

-¿Cómo ves la evolución del sector?

El cliente opta por una vivienda turística por la experiencia que le ofrece, no por el precio. A medida que el sector entre en una etapa de madurez, el negocio se orientará hacia la profesionalización de los servicios que es donde se centra nuestro *core business*.

www.myspacebarcelona.com