

Kippel⁰¹

EMPRESA

Uniplaces gana músculo en Europa con el 'big data' y abre oficinas en Roma y Valencia

La compañía, que en España está liderada por un ex Telefónica, está reuniendo un equipo de expertos en análisis de datos para impulsar su negocio en Europa, donde prevé instalarse en alrededor de una decena de nuevas ciudades locales.

24 ABR 2017 — 05:00

POR AMELIA PIJUÁN



Foto: Francisco Nogueira (Archello)

Uniplaces saca pecho en Europa. La plataforma londinense, que ofrece servicios de alojamiento para estudiantes, coge carrerilla en el continente cuatro años después de validar su modelo de negocio en puntos calientes de la vida universitaria como Madrid, Barcelona, Múnich, Berlín, Oporto y Lisboa. Ahora, la empresa ha ampliado horizontes con la apertura de oficinas en Roma y Valencia, al tiempo que prevé instalarse en una decena de nuevas ciudades.

Tal y como ha explicado **Joaquín Mencía**, director general de **Uniplaces** en España, a Kippel01, “hemos demostrado a nuestros inversores que somos rentables”. El directivo, que en su trayectoria laboral ha pasado por empresas como **Telefónica**, **Rocket Internet** o **Yoox**, ha asegurado que uno de los factores clave para afianzar este crecimiento en el mercado europeo es el uso del *big data*.

En paralelo a su crecimiento en Europa, **Uniplaces** está montando un equipo de expertos en análisis

1/3

<https://www.kippel01.com/empresa/uniplaces-gana-musculo-en-europa-con-el-big-data-y-abre-oficinas-en-roma-y-valencia.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

EMPRESA

de datos para poder predecir demanda y oferta, estimar precios y aportar valor añadido a sus clientes. La empresa tiene previsto lanzar una herramienta self-service platform que pueda ir alimentándose de datos micro y macroeconómicos de cada ciudad.

Además de estudiantes y propietarios, Uniplaces cuenta con clientes como Resa

“**Uniplaces** fue un negocio que arrancó de forma muy manual, pero al final te conviertes, cada vez más, en una empresa de tecnología”, explica Mencía. La empresa, que a día de hoy reúne una base de clientes formada por propietarios, estudiantes y empresas del real estate como Resa, aconseja y aporta datos sobre la situación del mercado de estudiantes a gigantes del sector.

En palabras del directivo, el nicho de los estudiantes de movilidad alcanza ya los 600.000 millones de dólares en Europa. “De estos, un tercio corresponde al alojamiento -asegura el director general de **Uniplaces** en España-; es un sector con un crecimiento constante, que cuenta con una demanda estacional perfectamente previsible, que es early adopter y muy asiduo al boca a boca”.

Ante el potencial de este mercado, la plataforma contempla, a largo plazo, ampliar sus servicios y convertirse en un marketplace que incluya servicios de finanzas, transporte o de telecomunicaciones, entre otros. “Nuestra idea es que mañana, el estudiante que se vaya a una nueva ciudad pueda resolver todos los problemas que se encuentre con **Uniplaces**”, cuenta Mencía. En este caso, la trayectoria de **Uniplaces** iría en paralelo a la de **Airbnb**, que en 2016 anunció que tiene previsto reconvertir su negocio en una agencia de viajes y ofrecer servicios como la contratación de experiencias, rutas y actividades con la gente local.

Uniplaces intermedió entre 55 y 65 millones en valor total de contratos

Según los últimos datos disponibles, **Uniplaces** cuenta con un total de 60.000 camas disponibles e intermedia contratos de estudiantes de más de 165 países. El valor de estos contratos en 2016 se situó entre 55 y 65 millones en valor total. La compañía, con sede en Londres, no facilita datos de facturación.

Uniplaces nació en 2011 de la mano de **Mariano Kostelec**, **Ben Grech** y **Miguel Santo Amaro**, tres estudiantes que se conocieron en Londres y acabaron sufriendo los tres grandes problemas de encontrar alojamiento: el precio, la disponibilidad y las referencias. En 2012, el grupo levantó su primera ronda de capital por valor de 200.000 euros y dio entrada en su capital a **Alex Chesterman**, fundador de **Zoopla Property Group**; **William Reeve** y el fondo **Schilling Capital Partners**.

Con la inyección recibida, el grupo puso en marcha su plataforma en 2013 y, un año más tarde, cerró otra ronda de 2,8 millones de euros. El mayor impulso financiero llegó en 2015, cuando **Uniplaces** sedujo al fondo británico **Atómico** que, junto a otros business angels, inyectó 24 millones de dólares en la plataforma.

En Estados Unidos, son las propias universidades quienes controlan el mercado del alojamiento de los usuarios

Kippel⁰¹

EMPRESA

Desde entonces hasta la fecha, el grupo ha centrado sus esfuerzos en crecer en Europa, un mercado líder en movilidad de estudiantes y en el que la regulación es menos sensible que en regiones como Latinoamérica.

En cuanto a Estados Unidos, **Uniplaces** tiene claro que el suyo es uno de los pocos verticales de start ups que podrían encontrar un competidor fuerte en el continente norteamericano. “En Estados Unidos son las propias universidades quienes controlan el mercado de alojamiento de estudiantes y dedican fuertes inversiones a ello, es complicado que se alce otro competidor de la nada”, asegura Mencía.