

Airbnb en Cuba

Por Silvina Rodriguez Picaro

Airbnb está en Cuba, por ahora sólo disponible para clientes estadounidenses. ¿Será un buen negocio o un golpe publicitario oportunista?



The doors to 1,000 real Cuban homes are now open to you.

Aprovechando la flexibilización de las relaciones comerciales con Cuba anunciadas el pasado 17 de diciembre, Airbnb, el gigante de las reservas de casas particulares online, lanzó una importante campaña para promocionar su entrada en ese mercado. El pasado domingo de

Pascuas, varios diarios estadounidenses como New York Times, Washington Post, Wall Street Journal y el Miami Herald entre otros, publicaron un aviso de una página completa con el siguiente título:

«Un salto gigante para la bondad del hombre. Las puertas de 1000 casas cubanas reales ahora están abiertas para usted».

La campaña, que marca la incursión de la empresa en Cuba, fue realizada por la agencia TBWA\Chiat\Day LA. El notable aviso remite una imagen emblemática de la era de la guerra fría, como es la llegada del hombre a la luna en 1969, solo que esta vez la bandera de Estados Unidos convive equitativamente con la de Cuba.

Como marca, Airbnb no sólo aspira a cambiar la forma en que viajamos, sino también la forma en que nos relacionamos unos con otros, intentando romper nuestros paradigmas creando un nuevo concepto de lo que significa pertenecer al mundo actual.¹

¿Se trata de un negocio genuino o de un golpe publicitario?

Según Nathan Blecharczyk, el billonario co-fundador de Airbnb, luego de 50 años de restricciones en los viajes a Cuba, existe gran interés de los clientes norteamericanos por visitar la isla. Y asegura que las visitas *online* se incrementaron en un 70% desde el anuncio que realizó el presidente Obama en enero pasado.²

Para quienes no están familiarizados con Airbnb, en este sitio web la gente puede alquilar habitaciones en su casa o alquilar toda la casa para los visitantes. Todo se hace a través de Internet, se busca, se reserva y también se puede realizar pagos *online*. ¿Podrá funcionar en Cuba, donde el acceso a Internet es tan limitado?

Es cierto que en Cuba no es nuevo en el concepto de alquiler de casas particulares a los turistas. Por esta razón, Airbnb cree que potencialmente podría convertirse en su mercado más grande de Centroamérica. Quedan muchas preguntas por responder:

- ¿Podrá funcionar este modelo de comercio electrónico en un lugar donde la penetración de Internet ronda apenas el 5 % y las transacciones con tarjeta de crédito son casi inexistentes?
- ¿Será positivo para los micro-emprendedores locales?³
- ¿Tendrá un retorno tangible de la inversión para Airbnb o se trata simplemente de una oportunidad de demostrar su liderazgo?

Seguramente el tiempo nos dará las respuestas, pero es alta la probabilidad de que estemos frente una campaña histórica, de las que veremos publicadas en los libros, en un futuro no

muy lejano.

Publicado el 29/06/2015

-
1. A modo de referencia vale la pena [ver el video conmemorativo](#) que realizó Airbnb con motivo del 25º aniversario de la caída del muro de Berlín.
 2. Actualmente el turismo es la tercera fuente de divisas de Cuba y genera ingresos por unos 2.500 millones de dólares anuales. El sector comenzó el año con un crecimiento del 16%, según datos oficiales.
 3. El mercado cubano (desde el lado de la oferta de propiedades en alquiler temporario) es el de más rápido crecimiento para Airbnb, según aseguró el director ejecutivo del grupo, Brian Chesky, en una entrevista en Bloomberg Television. «Hace 40 días que pusimos en marcha nuestro negocio en Cuba. Comenzamos con 1.000 viviendas y hoy tenemos 2.000». El éxito es aún más sorprendente si se toma en cuenta que la inmensa mayoría de los dueños de las casas no tienen Internet y deben recurrir a intermediarios para poder ofrecer sus servicios.

FOROALFA

ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/airbnb-en-cuba>

