

DEPORTES

Airbnb se asocia con el Comité Olímpico Internacional

El Ciudadano · 19 de noviembre de 2019



El gigante del alquiler turístico de alojamientos entre particulares Airbnb anunció este lunes en Londres que será uno de los principales patrocinadores del Comité Olímpico Internacional (COI) hasta 2028, con el objetivo de mejorar su imagen tras varias controversias.

Este patrocinio, desvelado por el cofundador de la plataforma Joe Gebbia, incidirá en el alojamiento de visitantes y familias de deportistas durante las diferentes

ediciones olímpicas.

Airbnb, que busca mejorar su imagen antes de una posible salida de la bolsa en 2020, entra en el círculo cerrado de las grandes empresas que forman parte del programa 'Top' del COI, que acoge ya a 13 compañías, entre ellas la estadounidense Coca Cola o la china Alibaba.

Tras Airbnb, la 15ª empresa en ingresar en la prestigiosa lista será la aseguradora alemana Allianz, que ya anunció que será patrocinador, pero a partir de 2021.

El acuerdo con Airbnb, cuyo montante no ha sido desvelado, cubrirá cinco ediciones olímpicas; Tokio-2020, París-2024 y Los Ángeles-2028 de verano, así como Pekín-2022 y Milan-Cortina 2026 de invierno, precisó el COI en su comunicado.

'Herencia a la comunidad anfitriona'

«Este patrocinio innovador refuerza nuestra estrategia, que es asegurar que la organización eficaz de los Juegos sea duradera y deje una herencia en la comunidad anfitriona», subrayó Thomas Bach, presidente del COI.

«Con el apoyo de Airbnb, ofreceremos además nuevas posibilidades a los deportistas de todo el mundo de generar sus propios ingresos haciendo promoción de la actividad física y de los valores olímpicos», añadió.

Para la empresa estadounidense se trata de un contrato de marketing mayor, que debe permitirle acompañar su desarrollo y ofrecer una imagen positiva, tras varias controversias.

«La misión de Airbnb es crear un mundo donde todos los ciudadanos puedan sentirse en casa en cualquier lugar, estamos orgullosos de que el espíritu olímpico sea difundido en el seno de nuestra comunidad», señaló Gebbia.

Su director general Brian Chesky señaló a la prensa japonesa hace unos días que un patrocinio olímpico permitiría «de verdad dar a conocer Airbnb» en Japón.

Con sede en San Francisco, la plataforma, emblema de la economía colaborativa como Uber, despegó poco después de la crisis económica mundial de 2007.

Popular entre millones de turistas, permite a los particulares alquilar de manera directa con los potenciales clientes, ofreciendo sus alojamientos a través de la web de Airbnb.

Con precio a menudo atractivos, muchos profesionales de la hostelería acusan a la empresa de reducir su mercado y reclaman a las autoridades un mejor control de sus actividades.

Controversias con París

Varias de sus controversias han tenido lugar en París, donde los Juegos Olímpicos desembarcarán dentro de cinco años. En febrero el ayuntamiento de la capital francesa demandó a la plataforma, que corre el riesgo de recibir una multa de 12,5 millones de euros por haber publicado en Internet 1.000 alojamientos no registrados.

La alianza con el COI fue anunciada algunos días después de la decisión de Airbnb de verificar la exactitud de las informaciones referentes a la totalidad de los 7 millones de alojamientos propuestos en su web (en 100.000 localidades de 191 países) de aquí a finales de 2020, con el objetivo de tranquilizar a sus clientes tras varios incidentes, entre ellos un tiroteo que provocó cinco muertos en California.

En los últimos años Airbnb ha buscado diversificar su actividad, lanzándose especialmente a la reserva de restaurantes y poniendo a disposición de sus usuarios las «experiencias», donde terceros pueden proponer actividades de pago, como visitas turísticas, cursos de lengua o de cocina.

Cortesía de La Jornada

Te podría interesar

**Selección mexicana de béisbol clasifica para Tokio 2020 y AMLO
ofrece felicitaciones**

Japón ofrece un segundo sorteo para adquirir entradas de Tokio-2020

Fuente: El Ciudadano